



TAMPEREEN TEKNILLINEN YLIOPISTO

JUHA KANANEN

ASUMISEN ASIAKASARVO – TAPAUSTUTKIMUS YHTEISKÄYTTÖILOISTA

Diplomityö

Tarkastajat: Prof. Kalle Kähkönen,  
TkT Tanja Tyvimaa & Kiinteistöjohtaja  
Matti Tarhio, Asokodit  
Tarkastajat, aihe ja kieli hyväksytty  
Rakennetun ympäristön tiedekuntaneuvoston kokouksessa 7. joulukuuta 2011

## TIIVISTELMÄ

TAMPEREEN TEKNILLINEN YLIOPISTO

Rakennustekniikan koulutusohjelma

**KANANEN, JUHA:** Asumisen asiakasarvo – Tapaustutkimus yhteiskäyttötiloista  
Diplomityö, 111 sivua, 11 liitesivua

Helmikuu 2012

Pääaine: Rakennustuotanto

Tarkastajat: Professori Kalle Kähkönen, TkT Tanja Tyvimaa & Kiinteistöjohtaja  
Matti Tarhio, Asokodit

Avainsanat: yhteiskäyttötila, rakennuttaminen, asiakasarvo, investointi

Yhteiskäyttötiloilla on todettu olevan useita hyviä ominaisuuksia, ja useiden selvitysten mukaan asukkaat haluavat yhteiskäyttötiloja kerrostaloihin. Yhteiskäyttötilat mahdollistavat joustavamman asumisen, sillä kerrostaloasuntojen tilat eivät tyypillisesti mahdollista kovin monipuolista harrastamista asunnon sisällä. Yhteiskäyttötilojen rakennuttamiseen ei oteta laissa ja asetuksissa voimakkaasti kantaa, mutta erilaisissa suunnitteluohjeissa kuten ARA:n suunnitteluoppaassa ja Helsingin kaupungin rakennusvalvontaviraston ohjeessa yhteiskäyttötilojen rakennuttamisesta annetaan määräyksiä tilojen rakennuttamiselle.

Yhteiskäyttötilat lisäävät asunnon käyttöarvoa, mutta niiden luoman taloudellisen lisäarvon määrittäminen on vaikeaa. Rakennuttajan tai asuntosijoittajan näkökulmasta yhteiskäyttötilat voidaan nähdä palveluinvestointina, jota ei suoraan voida myydä tai vuokrata asiakkaille vaan yhteiskäyttötilat ovat osa hyvää asiakaspalvelua. Asuntoihin ja niihin liittyviin yhteiskäyttötiloihin tehtävät investoinnit ovat paitsi yrityksille myös koko yhteiskunnalle erittäin tärkeitä, sillä valtaosa kansallisvarallisuudesta on sidottu asuntoihin ja rakennettuun omaisuuteen.

Markkinoinnin ja arvon luonnin logiikka on siirtymässä arvon jakamiseen keskittyneestä liiketoiminnasta yhdessä asiakkaan kanssa luotavaan lisäarvoon. Asuntorakentamisen haasteena on kehittää toimintamalleja, joissa tulevat asukkaat pääsevät kehittämään itselleen parhaita asumisratkaisuja jo suunnittelu- vaiheessa. Suomalaisten kasvanut arvostus asumista kohtaan näkyy voimakkaasti nousseina asuntojen hintoina viimeisen 20 vuoden aikana. Kasvanut arvostus tarjoaa rakennuttajille erinomaisen mahdollisuuden kehittää asumiseen lisäarvoa tuottavia ratkaisuja, jotka voidaan muuntaa kannattavaksi liiketoiminnaksi. Näiden lisäarvoa tuottavien tekijöiden eli arvoajureiden tunnistaminen ja nostaminen yrityksen strategian keskiöön mahdollistaa pitkäaikaisen menestymisen yritysten välisessä kilpailussa.

Tapaustutkimus Tampereen Kaukajärvellä, kahdessa yhteiskäyttötiloiltaan hyvin erilaisessa kerrostalokohteessa, kuvaa yhteiskäyttötilojen rakennuttamisen problematiikkaa. Tilastolliset analyysit tapauskohteissa osoittavat selvästi, että vastaajat kohteesta, jossa oli monipuolisemmat yhteiskäyttötilat pitivät yhteiskäyttötiloja parempina ja kokivat niiden vaikuttavan asumisviihtyisyyteen positiivisesti. Kuitenkin kohteen vastaajat olivat huomattavasti useammin valmiita luopumaan joistain yhteiskäyttötiloista, jos heidän maksama asumisvastike vähenisi edes hieman.

## ABSTRACT

TAMPERE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

Master's Degree Programme in Civil Engineering

**KANANEN, JUHA:** Residential Customer Value – Case Study of Common Rooms

Master of Science Thesis, 111 pages, 11 Appendix pages

February 2012

Major: Construction Production

Examiners: Professor Kalle Kähkönen, PhD. Tanja Tyvimaa & MSc. Matti Tarhio, Asokodit

Keywords: Common room, Procurement, Customer value, Investment

Common rooms are identified as important part of good living. According to several studies conducted in Finland, residents value common rooms. Common rooms enable residents to exercise more versatile activities in their apartment buildings. Finnish legislation and state regulations do not guide procurement of common rooms precisely. More precise regulations are given in some other instructions such as ARA's and cities building inspection offices' manuals.

Common rooms can increase the value of apartments. The increased value is difficult to convert as profitable business because it seems that residents are not willing to pay for the use of the common areas. From developers' or apartment investors' point of view common areas can be seen as investment for increased service quality. Common rooms can be seen as extra service to residents because investors cannot sell these areas to anybody. Residential investments are very important to investors but also to society because majority of national wealth is in apartment buildings.

The focus of marketing is changing from transactional marketing to relationship marketing. In relationship marketing both the service provider and the customer mutually create value to the customer. Value is now more often seen as something which is created together instead of something service provider creates and distributes in the markets. In apartment construction it is a challenge for investors to try to create the best solution for every customer. Finnish appreciation for housing has been rising as house prices have been raised more than inflation for 20 years. For investors this is a great challenge to try to find the value drivers which residents are willing to pay. According to many scholars, bringing customer value to the core of strategic development is the only way to keep up with the continuous competition.

Valuation of common rooms was studied in two very different kinds of apartment buildings in Tampere. Study was conducted as case study. Results indicate that residents think common rooms can increase the quality of living. Still residents who had better common areas would like to cut the expenses caused by common rooms. This study indicates similar results for sauna as similar studies earlier. Finns want to have sauna in their own apartment more often than a common sauna in their apartment building.

## ALKUSANAT

Taaksepäin katsoen aika näyttää kulkevan järkyttävän nopeasti! Vastahan minä astuin TTY:lle raksafuksina enkä edes osannut ajatella valmistumista. Valmistuminen on toki aivan väärä sana kuvaamaan tätä tilannetta. En ole ikinä ”valmis”, vaan jatkan muuttumista, ehkä jopa kehittymistä, myös tämän opinnäytteen jälkeen. Oikea termi valmistumisen sijaan taitaa olla, että suoritin diplomi-insinöörin tutkinnon ☺

Opinnot kestivät yli viisi ja puoli vuotta jona aikana ehdin olla monessa mukana. Tästä johtuen kaikki ketkä ansaitisivat kiitoksen, eivät mahdu tälle sivulle, joten lyhyesti: Kiitos perhe, ystävät, työkaverit, POMPPU sekä tämän työn ohjaajat ja tarkastajat Tanja, Kalle ja Matti!

Ennen kaikkea kiitos rakkaat:

Sonja & Viivi

# SISÄLLYS

Tiivistelmä .....	ii
Abstract .....	iii
Alkusanat .....	iv
Käsitteet ja lyhenteet .....	vii
1 Johdanto .....	1
1.1 Aiheenvalinnan tausta .....	1
1.2 Tutkimuksen tavoite .....	1
1.3 Oletukset ja rajaukset .....	2
1.4 Tutkimusmenetelmät .....	2
1.5 Opinnäytetyön rakenne .....	4
2 Yhteiskäyttötilat ja asuminen .....	6
2.1 Tutkimuksia ja selvityksiä yhteiskäyttötiloista .....	6
2.2 Asuminen ja asuntotuotanto Suomessa .....	15
2.3 Määräyksiä ja ohjeita yhteiskäyttötiloihin liittyen .....	22
2.4 Asuntojen suunnittelu .....	26
2.5 Tulevaisuuden näkymiä yhteiskäyttötiloihin liittyen .....	30
2.6 Asumismuotojen vertailu .....	36
2.6.1 Omistusasuminen .....	37
2.6.2 Osaomistusasuminen .....	38
2.6.3 Vuokra-asuminen .....	38
2.6.4 Asumisoikeusasuminen .....	39
3 Yhteiskäyttötilojen asiakasarvo .....	41
3.1 Asumisen asiakasarvo .....	41
3.2 Asiakasarvolähtöiset strategiat .....	46
3.3 Asuntojen markkinointi .....	54
3.4 Asunto ja yhteiskäyttötilat investointina .....	58
3.4.1 Investointilaskennan menetelmiä .....	61
3.4.2 Investointien rahoittaminen .....	66
3.5 Asumisen hinnanmuodostus .....	69
4 Tutkimuksen toteutus .....	76
4.1 Tapaustutkimus .....	76
4.2 Asokodit .....	79
5 Tulokset .....	83
5.1 Kyselytutkimuksia .....	83
5.2 Luolakatu 1 .....	87
5.3 Luolakatu 4 .....	89
5.4 Tapausten vertailu ja yhdistely .....	91
6 Johtopäätökset .....	95
6.1 Kritiikki .....	96
6.2 Jatkotutkimusaiheita .....	97

Lähteet.....	98
Liite 1: Talotoimikuntien puheenjohtajien haastattelut.....	112
Liite 2: Ilmoitus kyselyistä.....	114
Liite 3: Kyselylomake Luolakatu 1 .....	115
Liite 4: Kyselylomake Luolakatu 4.....	117
Liite 5: Kyselyn saate.....	119
Liite 6: Arvolupauksia.....	120
Liite 7: t- ja U- testien tuloksia .....	122

## KÄSITTEET JA LYHENTEET

<b>ALMA</b>	ASLI:n ja Aalto-yliopiston yhteinen ”Asumista ja hyvinvointia tukevat alueelliset palvelumallit” tutkimushanke
<b>Annuiteetti</b>	Samansuuruisena toistuva maksuerä, joka sisältää sijoituksen korot ja lyhennykset.
<b>ARA</b>	”Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus (ARA) kuuluu ympäristöministeriön hallinnon alaan ja vastaa keskeisesti valtion asuntopolitiikan toimeenpanosta.” (ARA, 2012a)
<b>ASLI</b>	Tampereen teknillisen yliopiston Asumisen liiketoiminnan tutkimusryhmä
<b>Asiakasarvo</b>	Arvo, jonka asiakas kokee käyttäessään tuotetta tai palvelua
<b>Diskonttaaminen</b>	Tulevaisuuden kassavirtojen tekeminen vertailukelpoiseksi, muuntamalla kassavirrat nykyarvoisiksi laskentakorkoa käyttäen (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 71)
<b>Investointi</b>	Pitkäaikainen, merkitykseltään suuri taloudellinen hanke (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 100)
<b>Investori</b>	Investoinnin tekijä
<b>jm<sup>2</sup></b>	Jyvitetty neliömetri
<b>Lamellitalo</b>	”pitkänomainen kerrostalo, jossa on useita porraskäytäviä” (MOT, Kielitoimiston sanakirja, 2012)
<b>Omavaraisuusaste</b>	Oma pääoma jaettuna taseen loppusummalla
<b>Otossuure</b>	”eli statistika on jokin otoksesta laskettu yksittäinen arvo” ... ”Tuttu otossuure on keskiarvo”. (Ruohonen, 2008, s. 1)
<b>T&amp;K</b>	Tutkimus ja kehitys
<b>Prolongoida</b>	Laskea sijoituksen päätearvo eli sijoituksen arvo sijoitusperiodin lopussa, diskonttauksen vastakohta (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 72)

<b>SEVERI</b>	ASLI:n ”Suomalaiset muuttavat, mutta minne ja miksi” tutkimushanke
<b>SPSS</b>	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i> - tilastotieteelliseen analyysiin suunniteltu ohjelmisto
<b>Volatiliteetti</b>	Tuoton keskihajonta (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 132)
<b>Yhteiskäyttötila / Yhteistila</b>	Asuinkiinteistön yhteistila on asukkaiden yhteiskäytössä oleva rakennuksen tila, esimerkiksi ulkoiluvälinevarasto, pesutupa tai sauna. (RT 93–10957, 2009)



# 1 JOHDANTO

## 1.1 Aiheenvalinnan tausta

Tämä tutkimus on tehty osana Tampereen teknillisen yliopiston Asumisen liiketoiminnan tutkimusryhmä ASLI:n tutkimusprojektia ALMA - Asumista ja hyvinvointia tukevat alueelliset palvelumallit. ALMA- hankkeessa asukkaiden käytössä olevat tilat käsitetään palveluna, jolloin yhteiskäyttötilojen tutkiminen on yksi tärkeä näkökulma myös lähipalveluihin.

Suomalaiset vaihtavat vakituista asuinpaikkaa yhteensä lähes miljoona kertaa vuodessa (Saari, 2010). Koska muutoista merkittävä osa tapahtuu puutteellisten tilojen vuoksi (Juntto, 2007), on selvää, että erilaisten pidempiaikaisen asuminen mahdollistavien tilaratkaisujen tutkiminen on aiheellista. Yhteiskäyttötiloilla on mahdollista lisätä asumisen joustavuutta ja siten tukea eri elämänvaiheissa olevien ihmisten asumista. Yhteiskäyttötiloja voidaan usein myös muunnella tarpeiden mukaan. Kestävään kehitykseen kuuluvan rakennuksen elinkaariajattelun mukaan, tilojen tulisikin olla joustavia ja muunneltavia mahdollisimman pitkän elinkaaren varmistamiseksi (RT 93–10923, 2008). Tämän tutkimuksen tarkoituksena on lisätä edellä mainituista lähtökohdista liiketaloudellista tietoisuutta yhteiskäyttötilojen rakennuttamisesta ja osaltaan edesauttaa rakennuttajia tekemään päätöksiä yhteiskäyttötiloihin liittyen.

## 1.2 Tutkimuksen tavoite

Tutkimustyön tavoitteena on selvittää kuinka paljon kerrostalojen asukkaat arvostavat yhteiskäyttötiloja, ja kuinka asuntoja rakennuttava tai vuokraava yritys voi hyödyntää yhteiskäyttötiloja liiketoiminnassaan. Tavoitteista voidaan muotoilla kolme tutkimuskysymystä, joihin tässä tutkimuksessa pyritään vastaamaan. Ensimmäinen kysymys koskee asukasta ja kaksi seuraavaa asuntoja rakennuttavaa tai vuokraavaa yritystä:

1. Kuinka paljon asukkaat arvostavat yhteiskäyttötiloja?
2. Kannattaako asuntorakentajan tai asuntoja vuokraavan yrityksen rakennuttaa yhteiskäyttötiloja?
3. Kuinka yhteiskäyttötiloja voidaan hyödyntää asuntokohteiden markkinoinnissa?

Tutkimus pyrkii tapauskohteiden avulla selvittämään ovatko yhteiskäyttötilat vaikuttaneet asunnon valintapäätökseen ja kuinka paljon asukkaat arvostavat yhteiskäyttötiloja. Tämänkaltaisen liiketaloudellinen tutkimus on tärkeää, sillä yhteiskäyttötiloilla on todettu olevan useita hyviä ominaisuuksia (esim. Lawton 1970; Kyllönen & Kurenniemi

2003; Tyvimaa 2011), mutta hankkeisiin ryhtyvät yritykset rakentavat asuntoja ja niihin liittyviä yhteiskäyttötiloja pääosin liiketoiminnan ehdoilla. Jos yhteiskäyttötilojen rakentamisen todettaisiin olevan myös taloudellisesti kannattavaa, yritykset rakennuttaisivat tiloja nykyistä enemmän.

### 1.3 Oletukset ja rajaukset

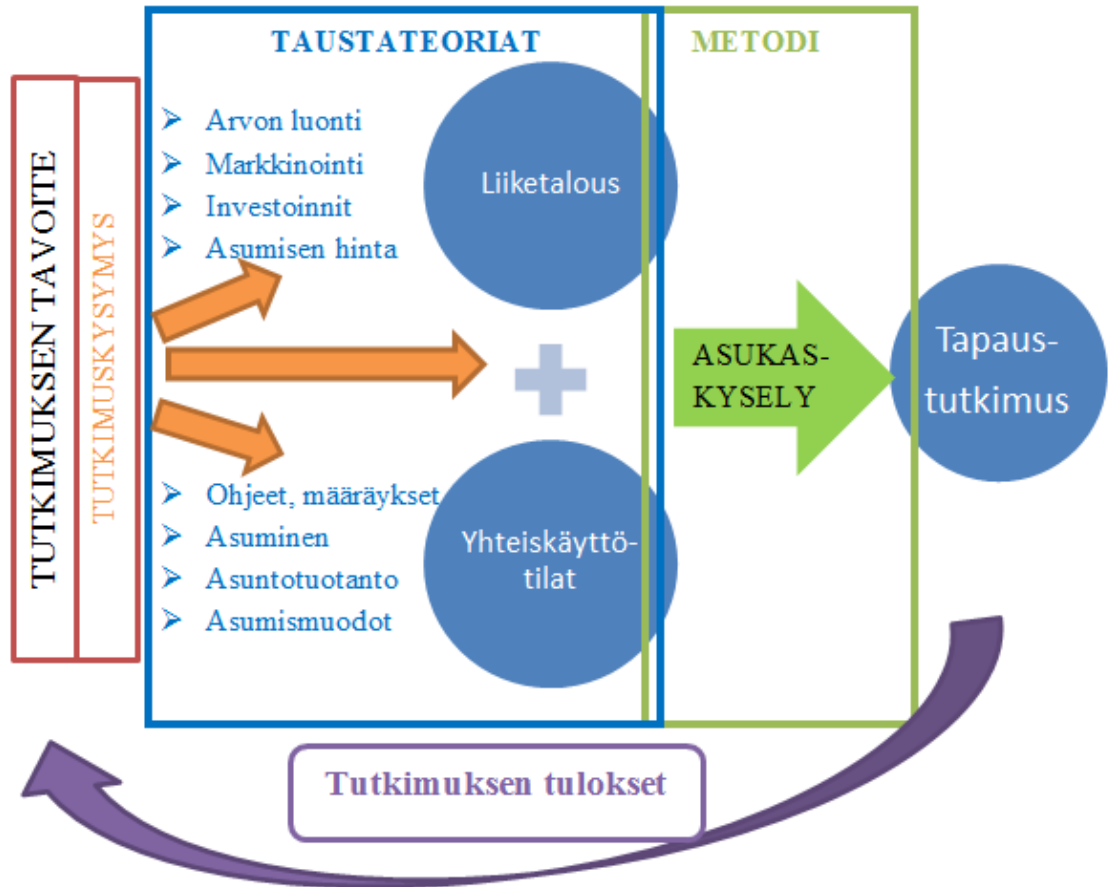
Tässä tutkimuksessa yhteiskäyttötiloja ei arvoteta niiden tuottaman yhteiskunnallisen hyödyn mukaan, vaan pelkästään liiketaloudellisin perustein. Tutkimuksessa yritykselle käytetään Knüferin ja Puttosen (2009, s. 19) omistajalähtöisen yrityksen määritelmää: ”Omistajalähtöinen yritys on asettanut yrityksen arvon maksimoimisen kaiken toiminnan lähtökohdaksi.” Myös Suomen laki pitää osakeyhtiöiden ensisijaisena tarkoituksena palvella omistajaa, sillä osakeyhtiölain 1. luvun 5 §: toiminnan tarkoitus määrää, että ”Yhtiön toiminnan tarkoituksena on tuottaa voittoa osakkeenomistajille, jollei yhtiöjärjestyksessä määrätä toisin.” (L 21.7.2006/624)

Tässä tutkimuksessa yhteiskäyttötilalla tarkoitetaan tilaa, joka on taloyhtiön, tai tietyn rajatun alueen, kuten korttelin asukkaiden käytössä. Yhteiskäyttötila voi olla esimerkiksi taloyhtiön pyörävarasto tai korttelikohtainen sauna. Julkisia yhteisiä tiloja kuten puistoja, kouluja, kirjastoja tai lenkkeilypolkuja ei tässä tutkimuksessa pidetä yhteiskäyttötiloina

### 1.4 Tutkimusmenetelmät

Pitkänen (2009, s. 31) väittää ilman perusteluja, että yhteiskäyttötilojen rakennuttaminen ei ole taloudellisesti kannattavaa, vaan niitä rakennetaan pelkästään kaavan niin määrätessä. Tämä tutkimus haastaa Pitkäsen (2009) väitteen tapaustutkimuksen avulla, joka on hyvä tapa juuri kyseenalaistaa olemassa olevia malleja. Jos tapaustutkimuksen avulla löydetään yksikin olemassa olevan teorian vastainen tapaus, voidaan teorian todeta olevan väärä tai ainakin tietyltä osin vajaa (Flyvbjerg 2006; Laine et al. 2007 mukaan).

Tutkimusstrategia tulee valita asetetun tutkimuksen tavoitteen ja tutkimuskysymysten perusteella (Hirsjärvi et al. 2007, s. 128). Hirsjärvi et al. (2007) tarkoittavat tutkimusstrategialla menetelmällisten ratkaisujen kokonaisuutta. Tutkimus suoritettiin tapaustutkimuksena kahdessa Suomen Asumisoikeus Oy:n (jatkossa Asokodit) kerrostalokohhteissa Tampereen Kaukajärvellä. Hirsjärvi et al. (2007, s. 130–131) kutsuvat tapaustutkimusta yhdeksi kolmesta perinteisestä tutkimusstrategiasta. Kuvassa 1.1 on esitetty tämän tutkimuksen kulku tavoitteista tuloksiin.



**Kuva 1.1** Tutkimuksen rakenne tavoitteista tuloksiin

Tutkimuksen tausta-aineistona on käytetty myös kahta laajaa lomakekyselyaineistoa. ALMA- hankkeen yhteydessä tehtyyn asukaskyselyyn vastasi noin 800 ihmistä eri puolilta Suomea. Toinen käytettävissä oleva aineisto liittyy yli 40-vuotiaiden suomalaisten muuttohalukkuuteen, tähän SEVERI kyselyyn vastasi noin 1150 suomalaista valituilta kaupunkiseuduilta.

Hirsjärvi et al. (2007, s. 136) ovat laatineet listan kvantitatiivisen tutkimuksen keskeisistä seikoista. Vaikka tämän tutkimuksen ote sisältää sekä kvantitatiivisia, että kvalitatiivisia osia, voidaan tutkimuksessa soveltaa kyseistä listausta. Tutkimuksen vaiheet ovat:

- Aikaisempiin tutkimuksiin ja laadittuihin teorioihin tutustuminen
- Aineiston keruun suunnittelu
- Tapauskohteiden valinta
- Aineiston keruu ja muokkaaminen analysoitavaan muotoon
- Päätelmien teko

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa lähtökohtana on moninaisen todellisuuden kuvaaminen, jossa kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti (Hirsjärvi et al. 2007, s. 157). Tässä tutkimuksessa kvalitatiivisten tosiasioiden etsiminen keskittyy vas-

taajien mielikuvien ja asenteiden selvittämiseen yhteiskäyttötiloista ja edelleen kuinka mielikuvia voidaan hyödyntää asuntojen markkinoinnissa. Kvalitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä, että tutkittavaa asiaa ei pystytä täsmällisesti mittaamaan (Denzin & Lincoln, 1994, p. 4).

Hirsjärven et al. (2007, s. 140) mukaan tutkimuksessa tulee käydä selvästi ilmi, miten teoreettista tausta on ohjannut tutkijan empiirisen työn valintoja. Tässä tutkimuksessa fokus on asukasarvon muodostumisessa, sillä tutkimuksen on tarkoitus selvittää kuinka paljon yhteiskäyttötiloista ollaan valmiita maksamaan. Käytettävät teoriat liittyvät arvon muodostumiseen, maksuhalukkuuteen ja markkinointiin. Osana tutkimusta on kirjallisuusanalyysin perusteella esitetty yleisimmät investointilaskelmamenetelmät, joita voidaan käyttää hyväksi arvioitaessa yhteiskäyttötiloihin tehtävien investointien kannattavuutta.

Teorioiden ja mallien luomista pidetään tutkimuksen tekemisessä tärkeänä (Hirsjärvi et al. 2007, s.136). Tämän tutkimuksen tarkoituksena on luvussa 1.2 mainitun tavoitteen lisäksi luoda alustava teoria yhteiskäyttötilojen tuottamasta lisäarvosta asukkaille, ja tuottavuudesta asuntoja vuokraavan yrityksen näkökulmasta. Tapaustutkimus onkin hyvä tapa tutkia uudenlaisia ilmiöitä ja kehittää ideoita ja teoreettisia näkemyksiä (Laine et al. 2007, s. 19).

## 1.5 Opinnäytetyön rakenne

Tämä opinnäytetyön ensimmäisessä luvussa on kerrottu tutkimuksen tavoitteet, taustat, menetelmät, oletukset ja rajaukset. Toisessa luvussa on esitetty jo tehtyjä tutkimuksia ja selvityksiä aihepiiriin liittyen, selvitetty laissa, määräyksissä ja ohjeissa aiheeseen liittyvien kohtien sisältöä sekä esitetty tilastoja suomalaisten asumisesta ja asuntotuotannosta Suomessa. Luvun lopuksi on ennakoitu hieman tulevaisuuden näkymiä yhteiskäyttötiloihin liittyen.

Kolmannessa luvussa esitellään asukasarvon käsite, joka vastaa asukkaan kokemaa asiakasarvoa. Yrityksen näkökulmasta asukasarvoa käsitellään markkinointi- ja strategiakirjallisuuden avulla. Luvussa käsitellään myös erilaisia investointilaskennan menetelmiä, joilla yritykset voivat arvioida yhteiskäyttötilojen rakennuttamisen kannattavuutta.

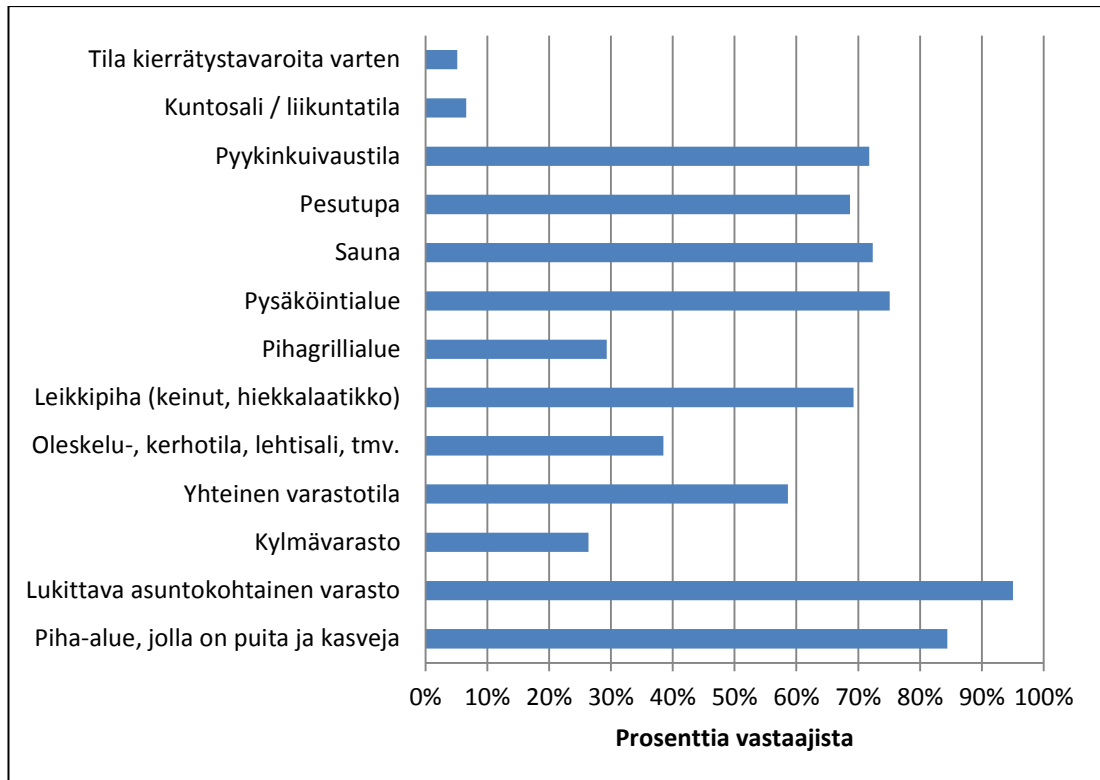
Neljännessä luvussa kerrotaan tämän tapaustutkimuksen toteutuksesta yhdistettynä tapaustutkimuksen teorioihin. Neljännessä luvussa on myös tapauskohteet omistavan Suomen asumisoikeus Oy:n lyhyt yritysesittely. Viidennessä luvussa on esitetty tapaustutkimuksen sekä laajempien kyselytutkimusten tulokset tämän tutkimuksen kannalta oleellisin osin. Kuudes luku sisältää johtopäätökset, kritiikin ja mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

Selvyyden vuoksi mainittakoon, että tutkimuksessa käytetyissä viittauksissa periaatteenä on ollut aina kuin mahdollista osoittaa viittaus tietylle sivulle, jos lainattu ajatus ei koske koko viitattua teosta. Tilastokeskuksen tietojen osalta lähdeviitteet eroavat hieman yleisesti käytetystä mallista, sillä tilastokeskuksella on oma ohje viittaustekniikoihin, jota tässä tutkimuksessa on sovellettu. Tilastokeskuksen tutkimuksen eri osioihin tehdyt viittaukset on erotettu pienellä kirjaimella lyhenteen SVT jälkeen, sillä tilastokeskuksen oman viittausohjeen mukaan lähdeluettelossa ei yksiselitteisesti esitetä minä vuonna lainattu tutkimus on laadittu.

## **2 YHTEISKÄYTTÖTILAT JA ASUMINEN**

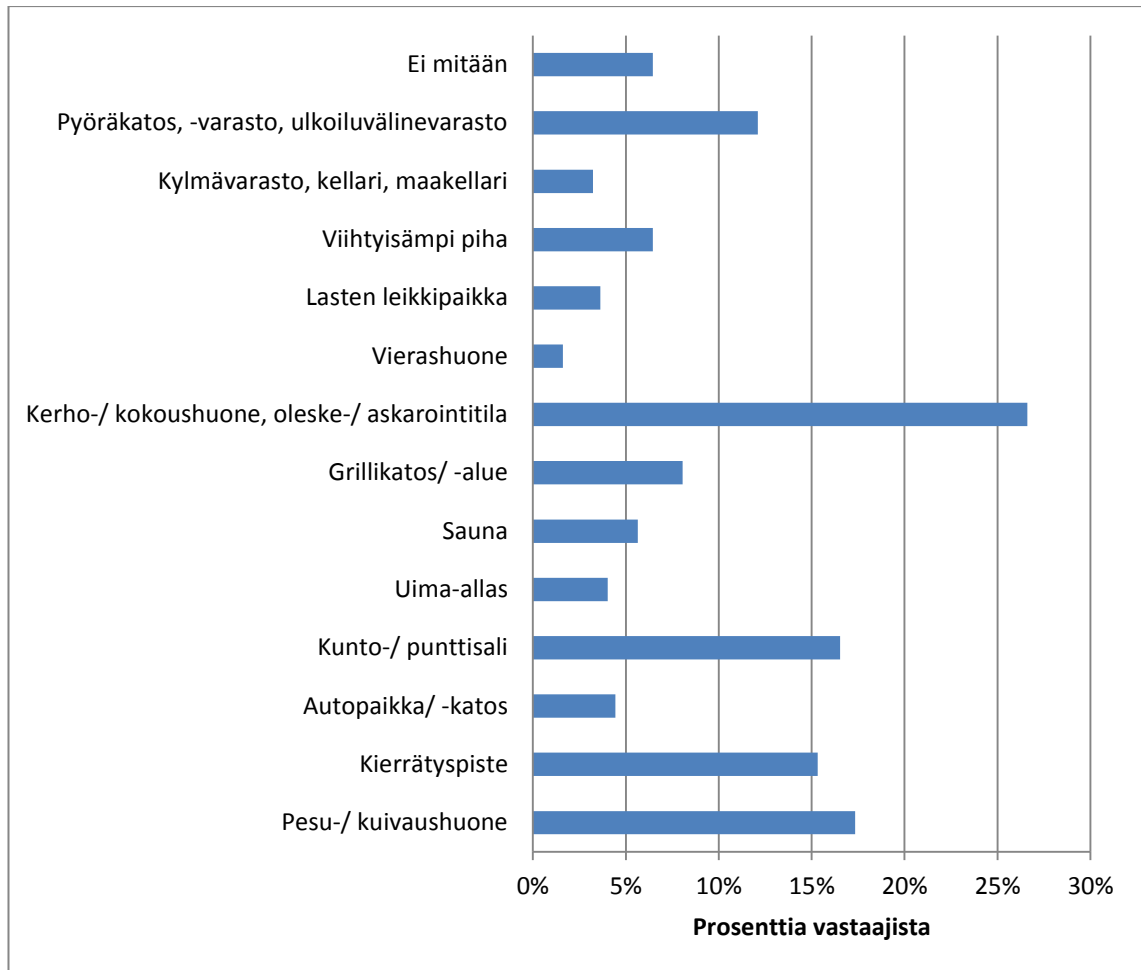
### **2.1 Tutkimuksia ja selvityksiä yhteiskäyttötiloista**

”Asunnon, asuinrakennuksen ja asuinalueen ominaisuudet ja laatu on entistä voimakkaammin tiedostettu ihmisten hyvinvointiin vaikuttavina tekijöinä, viettäväthän ihmiset kotonaan suurimman osan ajastaan” (Säteri, 2005). Myös yhteiskäyttötiloilla on suuri merkitys suomalaisten asumiseen etenkin kerrostaloissa, sillä yhteiskäyttötiloilla voidaan nostaa asunnon käyttöarvoa (RT 93–10957). Toistaiseksi on kuitenkin selvittämättä kuinka paljon tämä käyttöarvon nosto lisää markkina-arvoa. Kerrostaloissa asuvilla suomalaisilla on usein käytössä monta yhteiskäyttötilaa. Kananen ja Tyvimaa (2011) ovat tutkineet yli viidensadan suomalaisen kerrostaloasujan käytössä olevia yhteiskäyttötiloja. Tutkimuksen otos oli melko pieni ja se painottui nuoriin vastaajiin pääkaupunkiseudulta ja Pirkanmaalta. Tutkimuksen perusteella ei voida tehdä päätelmiä koko väestön osalta, vaan luvut ovat lähinnä suuntaa antavia. Kuva 2.1 esittää Kananen ja Tyvimaan (2011) laatiman tutkimuksen tuloksia kerrostaloissa asuvien henkilöiden yleisimmin käytössä olevista yhteiskäyttötiloista. Yleisimmin käytössä olevia yhteiskäyttötiloja ovat lukittava asuntokohtainen varasto, piha, jolla on puita ja kasveja, pysäköinti-alue, sauna, leikkiapiha ja pyykinpesutilat.



**Kuva 2.1** Kerrostaloissa asuvilla ( $n=546$ ) käytössä olevat yhteiskäyttötilat (Kananen & Tyvima, 2011, s. 8)

Suomalaiset myös toivovat erilaisia yhteiskäyttötiloja melko usein käyttöönsä. Toivottuin yhteiskäyttötila on jonkinlainen yhteisen tekemisen mahdollistava kerho-, kokous- tai askartelutila. Kerrostaloissa asuvista suomalaista noin 26 % toivoo jonkinlaista kerho-, kokous- tai askartelutilaa käyttöönsä. Muita kerrostaloissa asuvien usein toivomia yhteiskäyttötiloja ovat kunto- tai punttisali, kierrätyspiste sekä pesu- tai kuivaushuone (Kananen & Tyvima 2011, s. 10). Kuvassa 2.2 on esitetty Kananen ja Tyvimaan (2011) tutkimuksen kaikkien, jotain yhteiskäyttötilaa toivoneiden, kerrostaloissa asuvien vastaajien toiveet yhteiskäyttötiloista



**Kuva 2.2** Kerrostaloissa asuvien ( $n=248$ ) toiveita yhteiskäyttötiloista (Kananen & Tyvimaa, 2011, s. 10)

Asuntojen yhteisten tilojen rakennuttamista voidaan perustella muun muassa seuraavasti (Penttilä, 1989, s. 4):

- On harrastuksia joita ei eri syistä haluta harrastaa kotona, kuten helposti likaavat puu- ja maalaustyöt.
- Harrastus voi häiritä muuta asumista, kuten bänditreenit.
- Asunto voi olla niin pieni, että siellä ei mahdu harrastamaan
- Asunnon ulkopuolinen tila voi mahdollistaa keskittymisen esimerkiksi töiden tekemiseen.
- Asunnossa ei pienen koon vuoksi voi järjestää juhlia tai tapaamisia
- Ryhmäharrastus vaatii asuntoa suuremman tilan.
- Tarvitaan tilaa yhteisille kokouksille, koulutuksille tai vastaaville.

Yhteistila on useissa tapauksissa edullisempi kuin jokaiseen asuntoon erikseen rakennettava tila, kuten askartelu- tai kuntoiluhuone (Penttilä, 1989, s. 4). Yhteistilojen monikäyttö voi nostaa tilojen käyttöastetta ja siten tehdä niiden rakentamisesta kannattavampaa. Päivällä päiväkotina toimiva tila voisi illalla toimia esimerkiksi partiolaisten kerhona ja taloyhtiön yhteisenä askartelutilana (Penttilä, 1989, s. 4). Yhteistilojen suunnit-



telussa tulisi huomioida tilojen muunneltavuus, sillä talon ja alueen asukasdemografia saattaa muuttua todella paljon talon elinkaaren aikana (Penttilä, 1989, s. 4). Nykyään lapsiperheiden suosima talo ja alue saattaa kolmenkymmenen vuoden kuluttua olla eläkeläisten suosiossa.

Yhteiskäyttöiset tilat voivat sijaita omassa erillisessä rakennuksessa tai kerrostalossa muiden tilojen yhteydessä. Yleensä yhteiskäyttötilat sijaitsevat kerrostalojen katutasolla tai ylimmässä kerroksessa. Tietyissä tapauksissa yhteiskäyttötilojen suunnittelussa tulee ottaa huomioon erilaisten ryhmien erityistarpeet. Jos asuinrakennus suunnitellaan opiskelijoille, yhteiskäyttötilojen tarve on erilainen, kuin seniorikohteessa. Ulkoiluvälinevarastojen tarve on melko suuri, sillä elintason nousun myötä suomalaiset omistavat nykyisin erilaisempia ulkoiluvälineitä, kuin 1970-luvulla. (Penttiä, 1989, s. 8–9.)

Alueelliset yhteiskäyttötilat voivat toimia myös palvelukeskuksina, jossa erilaiset palveluntuottajat voivat myydä palvelujaan. 1990-luvun alussa Kannuksen kaupungin Eskolan kylässä rakennettiin eräänlainen palveluidentalo, jota kutsuttiin kylätaloksi. Vuonna 1991 kylätalossa toimi muun muassa:

- keittiö, josta toimitettiin ruokaa koteihin ja asukkaat pystyivät käymään syömässä myös itse kylätalossa,
- vanhusten sauna- ja pyykkipalvelut
- lasten toimintatupa
- esikouluopetusta
- erilaista toimintaa kansalaisopiston puolesta
- terveysterveystoimintaa kunnan terveyskeskuksen toimesta
- erilaisia tilapäisiä toimintoja, kuten kylätoimikunnan ja järjestöjen kokouksia
- kursseja, juhlia, illanviettoja

(Kukkonen et al. 1991). Nykyisin ”Eskolan kylätalo on lukuisten harrastusryhmien koontumispaikka.” (Eskolan kyläyhdistys, 2011)

Yhteiskäyttötilat voivat sujuvoittaa ihmisten arkielämää ja samalla edistää kestävästä asumista. Kortteli- tai talokohtaisilla kerhohuoneilla, kotiteattereilla ja saunoilla on mahdollisuus vähentää asuntojen tilantarvetta ja lisätä yhteisöllisyyttä alueella. Taloyhtiöiden tilat voisivat olla myös niin sanottuja lisätiloja, joita asukkaat voivat vuokrata taloyhtiöltä. Esimerkiksi vierashuone voisi olla vuokrattavissa vastiketta vastaan. Monipuoliset yhteiskäyttötilat lisäävät asukkaiden mahdollisuutta naapurikontakteihin, mikä voi olla erittäin tärkeää yksinäisille ihmisille. Parhaassa tapauksessa tämä saattaisi lisätä naapureiden keskinäistä huolehtimista erilaisissa arjen askareissa. (Kuoppa & Mäntyselä 2010, s. 35–36)

Hirvonen et al. (2005) suorittivat asukaskyselyn, johon vastasi noin 700 viimeisen kahden vuoden aikana uudisasunnon ostanutta suomalaista. Tutkimuksen kyselyssä selvitettiin vastaajien mielipiteitä talon ja asunnon eri ominaisuuksien laadusta. Kerrostaloissa

asuvat vastaajat antoivat parhaat laatuarviot asuntokohtaiselle saunalle, tietoliikenneyhteisille ja parvekkeille. Myös yhteiskäyttötilat saivat myös melko hyvät arvostelut. 60 % vastaajista antoi pesula- ja kuivaustiloille vähintään hyvän arvosanan. Talosauna sai erinomaisen arvosanan vain 14 %:lta vastaajista, mutta kokonaisuutena talosauna sai hyvät arvostelut sillä lähes 70 % antoi vähintään arvosanan ”hyvä”. Vastaajat olivat tyytyväisiä porraskäytäviin ja hisseihin sillä hissi sai vähintään hyvän laatuarvion noin 75 %:lta vastaajista ja porraskäytävä noin 70 %:lta vastaajista. Yhteisiä säilytystiloja pidettiin melko hyvinä, sillä hieman yli 60 % vastaajista arvio ne vähintään hyväksi. Talon yhteinen piha sai kysytyistä 31:stä osiosta huonoimmat laatuarviot kyselyssä, kun kerho- ja muut yhteistilat saivat neljänneksi huonoimmat laatuarviot.

Osana Hirvosen et al. (2005) tutkimusta olivat myös aravalainalla tai muulla valtion tuella rahoitetut (ARA) vuokra-asunnot. ARA -vuokra-asunnoissa yhteistilat saivat suhteellisesti hieman parempia laatuarvioita, kuin itsenäisesti rahoitetuissa kohteissa. ARA -kohteissa kerho- ja muut yhteistilat olivat sijalla 19 kaikista 31:stä kysytystä osiosta, yhteisen pihan jäädessä kuitenkin myös ARA -asunnoissa viimeiselle sijalle. Absoluuttisesti laatuarviot olivat kuitenkin lähes yhtä huonoja, sillä ARA -vuokra-asunnoissa annettiin muille osiolle hieman huonompia laatuarvioita jolloin kerho- ja muut yhteistilat nostivat sijoitustaan melko paljon, vaikka laatuarviot olivat vain hieman parempia. Talosaunat vaikuttavat olevan yleisempiä ARA -kohteissa, sillä ARA -asunnoissa asuvista vastaajista 44 % vastasi talosaunaa koskevaan kysymykseen, kun muista kerrostaloissa asuvista kohtaan vastasi vain 12 % vastaajista. Kerho- ja muut yhteistilat kohtaan vastasi 42 % kaikista kerrostaloissa asuvista vastaajista. (Hirvonen et al. 2005, s. 29–32.) ARA -kohteisiin rakennettaville yhteiskäyttötiloille on asetettu vaatimukset ARA:n suunnitteluohjeessa, josta tarkemmin luvussa 2.3 ”Määräyksiä ja ohjeita yhteiskäyttötiloihin liittyen”.

Hirvonen et al. (2005) toteuttivat asukaskyselyn ohessa ammattilaiskyselyn. Ammattilaiskyselyyn vastasi yhteensä 176 henkilöä. Suurimmat vastaajaryhmät olivat arkkitehdit (27 vastaaja), rakennuttajat (25 vastaajaa), rakennustarkastajat (23 vastaajaa) ja rakennusurakoitsijat (19 vastaajaa). Ammattilaiset antoivat asumisen laatuarvioinnissa huomattavasti huonompia arvostanoja kuin asukkaat. Asumisen yleistä laatutasoa arvioinnissa alle 10 % asiantuntijoista antoi asuntojen muuntojoustavuudelle arvioinnin ”erinomainen” tai ”hyvä”. Asiantuntijat pitivät asuntosuonoja laadultaan hyvinä, ne saivat kuitenkin myös melko kriittisiä arviointeja sanallisissa arvioinneissa, joissa käsiteltiin myös laajemmin yhteiskäyttötilojen rakennuttamista. Seuraavassa on kolme anonymia lainausta asiantuntijoiden sanallisista palautteista:

*”Asuntokohtaisia saunoja tehdään myyntivalttina todella pieniinkin asuntoihin, joissa ne neliöt olisi hyvä käyttää asumisen viihtyisyyteen. Samalla rahalla saataisiin tehtyä hyvä yhteinen tai pienen yksikön yhteinen sauna ja vielä joustava käyttö näille yhteistiloille.”*

*”Yhteisiä saunaosastoja ei enää juuri tule suunnitelmissa vastaan.”*

*”Runsaat yhteiskäyttötilat, puhumattakaan eri yhtiöiden yhteiskäyttötilat, eivät toimi suomalaisessa As Oy muodossa.”* (Hirvonen et al. 2005)

Asiantuntijat antoivat yhteisille tiloille todella huonoja laatuarviointoja, sillä yhteiset saunatilat saivat vähintään arvosanan ”hyvä” vain hieman alle 30 %:lta vastaajista. Yhteiset kerho- ja monitoimitilat sekä autopaikoitusratkaisut saivat vähintään hyvän arvioinnin vain noin 20 %:lta asiantuntijoista. Avovastauksissa autopaikkaratkaisujen nähtiin sanelevan pihojen suunnittelua muiden yhteistilojen osalta. Yhteistiloista asiantuntijat antoivat parhaan laatuarvioinnin jätehuoltotiloille, jotka saivat vähintään ”hyvän” arvioinnin noin 40 %:lta vastaajista. (Hirvonen et al. 2005)

Hirvosen et al. (2005, s. 51) tutkimuksen mukaan 58 % vastaajista oli joko täysin tai melko samaa mieltä väitteen ”On tärkeää, että voin muunnella asuntoani (esim. huonejakoa ja huoneiden käyttötarkoitusta) elämäntilanteeni mukaan” kanssa. Asunnon muuntojoustavuus vähentäisi varmasti ainakin lähimuuttoja, jos jousto mahdollistaisi myös lisätilan hankkimisen eikä pelkästään huoneiden käyttötarkoituksen muuttamisen. Kestävään kehitykseen kuuluvan rakennuksen elinkaariajattelun mukaan, tilojen mahdollisimman pitkän elinkaaren varmistamiseksi tilojen tulisi olla joustavia ja muunneltavia. (RT 93–10923, 2008)

Tyvimaa (2011) on tutkinut senioriasumista Suomessa ja hänen tutkimuksensa mukaan seniorit haluavat asuinrakennuksiin yhteistä tilaa. Senioritalojen yhteisten tilojen on todettu muun muassa aktivoivan asukkaita järjestämään aktiviteetteja ja tapaamaan toisiaan (Tyvimaa, 2011 p. 208). Ainakin seniorikohteissa yhteiskäyttötilojen suunnitteluun tulee kiinnittää huomiota, sillä asukkaat haluavat tilojen mahdollistavan kanssakäymisen, ei pakottavan siihen. Sosiaalisten tilojen suunnittelussa tulee huomioida myös, että liian vähäinen yksityisyys voi jopa vähentää asukkaiden välistä kanssakäymistä. (Motevasel, 2006; Tyvimaa, 2011 p. 201, mukaan). Yhteiskäyttötilojen tulisikin mahdollistaa juuri sellainen toiminta, kuin käyttäjä itse haluaa. Yhteiskäyttötilojen ei aina tulekaan olla sosiaalisia tiloja, vaan yhteiskäyttötila voi toimia jopa eristäytymisen tilana, jos käyttäjä haluaa omaa rauhaa. Andresen ja Runge (2002, p. 161) tutkivat senioreiden yhteisöasumiskohteita ja eräässä esimerkissä mies oli tuskastunut, kun hän ei voinut käyttää yhteistä työtilaa puutöiden tekemiseen, sillä naapurit saattoivat tulla keskeyttämään hänet koska tahansa. Michelle puutöissä oli tärkeää juuri se, että hän sai uppoutua ajatuksiinsa.

Tietyissä tilanteissa yhteiskäyttötilojen suunnittelun lähtökohtana on tilojen sosiaalinen aspekti, jolloin yhteiskäyttötilojen tulisi olla mahdollisimman houkuttelevia ihmisten väliseen kanssakäymiseen. Lawton (1970) on tutkinut vanhuksien käyttäytymistä yhteisissä sosiaalisissa tiloissa ja hänen mukaansa vanhukset viihtyvät alueilla, joista he pysyvät tarkkailemaan toimintaa. Hyvin sisustetut yhteiskäytössä olevat tapaamispaikat

saattavatkin jäädä vähälle käytölle, jos niistä ei ole mahdollista tarkkailla ympäristön tapahtumia (Lawton 1970).

Yhteisillä piha-alueilla on suuri merkitys asuinalueiden viihtyisyyteen, turvallisuuden tunteeseen, asukkaiden henkiseen ja fyysiseen hyvinvointiin ja alueen imagoon (RT 93–10961, 2009). Kweon et al. (1998) ovat tutkineet vihreiden yhteiskäyttötilojen vaikutuksia asumiseen senioritaloissa. Heidän tutkimuksen mukaan yhteiset vihreät tilat saivat aikaan suuremman sosiaalisen sitoutumisen ympäristöön, joka toimi pohjana paremmille naapurisuhteille. Vihreät piha-alueet ovat sekä nuorten, että vanhojen mielestä huomattavasti suositumpia yhteiskäyttötiloja kuin yhteiset pihat joilla ei ole ruohoa tai puita (Kuo et al. 1998, Kweon et al. 1998, mukaan). Kaupungissa asuvilla ihmisillä, jotka harrastavat puutarhan hoitoa yhteisillä piha-alueilla on todettu useammin olevan vahvat siteet naapureihinsa (Kweon et al. 1998).

Kweon et al. (1998 p. 836) mukaan päivittäiset sattumanvaraiset kohtaamiset naapureiden kanssa edesauttavat ystäväystymistä ja yhtenäisyyden muodostumista. Yhteisöllisyys luo myös turvallisuutta (Kuoppa & Mäntysalo, 2010, s. 35). Jos yhteiset sosiaaliset tilat olisivat niin suosittuja, että asukkaat käyttäisivät niitä ja näin kokisivat useammin sattumanvaraisia kohtaamisia, olisi näiden yhteiskäyttötilojen merkitys todella suuri yhteisöllisyyden muodostumisen kannalta. Sosiaalisilla yhteiskäyttötiloilla saattaisi olla mahdollista edesauttaa ihmisiä ystäväystymään ja aktivoida osallistumaan yhteisön aktiviteetteihin. Yksinäisyys on tunnettu terveyden riskitekijä (Tuorila, 2011, s. 15), joten yhteiskäyttötilat voivat vaikuttaa epäsuorasti myös kansanterveyteen. Kuvan 2.3 yhteys hyvistä yhteiskäyttötiloista asukkaiden parempaan terveyteen voisi toteutua ainakin jossain määrin, sillä hyvät ihmissuhteet voivat parantaa ainakin vanhusten terveyttä ja estää sairauksia (Holstein, 2000, Andersen & Runge, 2002, mukaan).



**Kuva 2.3** Hyvillä sosiaalisilla yhteiskäyttötiloilla saattaa olla mahdollista parantaa asukkaiden terveyttä

Riihimäen Peltosaarta pidetään useasta eri syystä ongelmalähiönä. Vuonna 2009 alueella tehtiin kattava asukaskysely, joka jaettiin kaikkiin alueen 1750:n kotitalouteen. Kyselyssä asukailta tiedusteltiin suosituimpia keinoja Peltosaaren parantamiseen. Kyselyyn vastanneista 527 kotitaloudesta noin 17 % uskoi, että aluetta voisi parantaa rakentamalla lisää yhteistiloja talojen pohjakerrokseen ja piharakennuksiin. Yhteistilojen rakentaminen oli seitsemänneksi suosituin parannusehdotus kysytystä kymmenestä vaihtoehdosta.

Kaikkien suosituin parannusehdotus oli piha-alueiden kunnostaminen, jonka valitsi noin 65 % vastaajista. (Vaattovaara & Kortteinen, 2009)

Asunnossa tarvittavaan tilaan vaikuttaa lähistöllä olevien yhteiskäyttötilojen määrä. Esimerkiksi lapsiperheiden asuntokohtainen tilantarve pienenee, jos taloyhtiössä on käytössä hyviä leikkitiloja ja tavaroiden säilytystiloja (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 13). Lastenvaunut kuluttavat huonetilaa lähes neliömetrin. Tämä neliömetri voidaan rakentaa siisteistä sisämateriaaleista asuntoon tai tila voi sijaita yhtä hyvin alakerran betonipintaisessa varastossa. Yhteiskäyttötiloilla voi olla positiivinen vaikutus ihmisten käyttäytymiseen, sillä jos kerrostaloissa on toimivat pyörä- ja vaunuvarastot, ihmiset todennäköisimmin kävelevät ja pyöräilevät palveluiden luokse ja töihin. Taloyhtiöissä tulisi olla myös tilaa huoltaa ulkoliikuntavälineitä, sillä arjen päätökset tehdään usein helppouden perusteella, joten ulkoiluvälineiden kuten pyörien ja suksien huoltoon tulisi varata riittävästi tilaa. (Kuoppa & Mäntysalo, 2010, s. 33.) Rakennuttajien kannattaa huomioida, että yhteistilojen määrän kasvattaminen ei välttämättä vaikuta kaavassa osoitettua kerrosalaa vähentävästi, sillä yhteiskäyttötilojen rakentaminen ei ainakaan Helsingissä yleisesti käytössä olevasta kaavamääräyksestä johtuen vähennä asuinkäyttöön tulevaa kerrosalaa (Pitkänen, 2009, s. 25).

Yhteistiloista erityisesti pesutupa on usein tärkeä vanhempien kotoa pois muuttaneille nuorille (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 17). Nuorilla ei välttämättä ole varaa ostaa omaa pesukonetta, eikä se välttämättä edes mahtuisi nuoren ensimmäiseen, usein pienen asuntoon. Pesutuvat ja kuivaushuoneet ovat yleisiä erityisesti opiskelija-asuntoloissa, sillä opiskelijat asuvat usein soluasuinoissa, eikä asuntoihin ole varattu tilaa pyykinpesukoneelle eikä pyykinkuivaetukselle. Esimerkiksi Tampereen seudun opiskelija-asuntosäätiön TOAS:n Tampereen Hervannassa olevissa 14 asuntokohteessa kaikissa on pesutupa (TOAS, 2011).

Pitkänen (2009) on selvittänyt yhteiskäyttötilojen hankintakustannuksia esimerkkikohteen avulla. Pitkäsen esimerkkitalo on kolmilamellinen, viisikerroksinen asuinkerrostalo, jossa on yhteensä 48 asuntoa. Talon hankintahinta on 2158 € / asuinneliömetri ( $\text{asm}^2$ ). Kohteessa on yhteensä 3163 asuinneliömetriä. Pitkänen (2009) on pitänyt selvityksessään talon kaikki muut ominaisuudet vakiona ja tutkinut kuinka yksittäiset tekijät vaikuttavat asuinkerrostalon hankintahintaan. Hankintahinta on hinta, jonka rakennuttaja maksaa valmiista rakennuksesta. Hankintahinta ei sisällä esimerkiksi rahoitus-, eikä markkinointikustannuksia. Pitkäsen (2009) käyttämässä esimerkkikohteessa hankintahinnat sisältävät arvonlisäveron (22 %, vuonna 2009).

Harrastetilojen ( $47\text{m}^2$ ) poisjättäminen rakennuksen tilaohjelmasta alentaisi rakennuksen hankintahintaa noin 50 000 € eli n. 16 €/asm<sup>2</sup> (0,7 %). Yhteisten pesu- ja kuivaustilojen ( $39\text{m}^2$ ) karsiminen alentaa hintaa 71 000 € eli n. 22 €/asm<sup>2</sup> (0,9 %). Pitkäsen esimerkkikohteessa yhteiset tilat eivät kuuluneet rakennusoikeuteen, eikä niiden poisjättäminen

siten vaikuta muihin kustannuksiin. Jos taas yhteiset kuuluisivat kaavassa määrättyyn kerrosalaan, niiden kustannukset olisivat 55€/asm<sup>2</sup>, sillä asunnot olisivat suhteellisesti kalliimpia. Taulukossa 2.1 on esitetty Pitkäsen (2009) esimerkkikohteen yhteiskäyttötilojen hankintahinnat sekä vero- ja indeksikorjatut nykyhinnat. Esitetyt hankintakustannukset pätevät vain ja ainoastaan kyseisessä esimerkkikohteessa.

Pitkänen (2009) on laskenut esimerkkikohteen hankintahinnan käyttäen Haahtela-kehitys Oy:n Kustannustieto Taku-ohjelmaa. Käytetyssä hankintahinta-arviossa Haahtelan rakentamisen tarjoushintaindeksi käytetyllä indeksialueella oli 77,5. Syyskuussa 2011 Tampereen indeksiluku on 78,0 (Haahtela, 2011). Myös arvonlisäverokantaa on korotettu Pitkäsen (2009) työn jälkeen. Arvonlisäverokanta on ollut vuoden 2010 heinäkuun ensimmäisestä päivästä lähtien 23 % (Valtiovarainministeriö, 2011a). Taulukon 2.1 viimeisessä sarakkeessa on vero- ja indeksikorjatut hankintahinnat kyseisille yhteiskäyttötiloille.

**Taulukko 2.1** Yhteiskäyttötilojen hankintakustannukset eräässä esimerkkikohteessa (Pitkänen, 2009)

Yhteiskäyttötila	m <sup>2</sup>	Hankintahinta* €	Nykyhinta** €
Harrastetilat	47	50000	50735
Pesu- ja kuivaustilat	39	71000	72044

\* Hankintahinta sisältää ALV:n 22 % vuonna 2009 ja se on laskettu Haahtelan hintaindeksillä kesäkuun 2009 tilanteen mukaan indeksialue 1:llä, jolloin indeksin arvo oli 77,5

\*\*ALV 23 % ja Haahtelan indeksi II/2011 on 78,0

Helsingin kaupunki aikoo edistää yhteisten saunatilojen rakennuttamista, sillä: ”Kaupunginvaltuusto edellyttää, että kaupunki lisää yhteisöllisyyttä ja energian säästöä edistämällä sellaista asuntorakentamista, jossa asuntokohtaiset saunat korvataan talon yhteisillä saunatiloilla.” (Helsingin kaupunginvaltuuston päätökset 4/2008). Helsingin kaupungin yhteistilojen rakentamisohje, joka on laadittu vuonna 2008 tehdyn päätöksen jälkeen määrää rakentamaan saunan jokaista alkavaa saunatonta 20 asuntoa kohden (Helsingin kaupungin rakennusvalvontavirasto, 2011; Pitkänen 2009, s. 38). Saunojen vaikutus rakentamiskustannuksiin on merkittävä, sillä jos Pitkäsen (2009) esimerkkikohteen asuntokohtaiset saunat olisi korvattu kahdella talosaunalla, olisi asuntojen hankintahinta laskenut 50 € per asuinneliömetri, eli enemmän kuin yhteiskäyttöisten harraste- ja pesutilojen rakentaminen maksaisi.

Yhteiskäyttötilat voivat tukea myös lähipalvelutuotantoa, sillä useissa lähiöissä asukasrakenteen muutos lisää palvelujen tarvetta. Väestön ikääntyminen lisää palveluasumisen ja erilaisten päivätoimintojen kysyntää (Kytö et al. 2011). Kotipalvelut ja päivätoiminta vaativat tiloja joihin yhteiskäyttötilat saattavat olla sopivia. Lähipalveluja ovat kaikki lähialueella olevat palvelut riippumatta siitä, kuka palvelut järjestää (Kyllönen & Kurrenmiemi, 2003, s. 37). Lähipalvelut ja asukkaiden varsinaiset yhteiset tilat on järkevä

sijoittaa ainakin osittain saman katon alle (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 10). Yhteiskäyttötilatkin ovat lähipalveluja sillä palveluiksi voidaan lukea myös fyysisen ympäristön elementit, kuten kadut, puistot ja tilat (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 28). Kadut ja puistot tarjoaa yleensä kunta, kun taas yhteiskäyttöiset tilat ovat useimmin taloyhtiön omistuksessa. Myös kunnan tiloissa kuten kouluissa on yhteiskäyttötiloja, jotka ovat myös muiden kuin koululaisten käytössä. Esimerkiksi koulujen liikuntasalit ovat usein erilaisten urheilu- tai harrasteseurojen käytössä iltaisin.

Sosiaalisessa asuinympäristössä mahdollisuus toimintaan on tärkeää. Liian valmiiksi rakennettu asuinympäristö voi passivoida alueen asukkaita. Jotta asuinalueelle voisi syntyä hyvä yhteishenki, rakennetun ympäristön tulee mahdollistaa ihmisten kohtaaminen ja kanssakäyminen (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 10). Kyllösen ja Kurenniemen (2003) ajatus liian valmiin rakennetun ympäristön passivoimisesta on mielenkiintoinen, sillä yhteiskäyttöisillä tiloilla saattaa olla mahdollisuus käynnistää alueella yhteistoimintaa. Uudisasuntotuotannossa tilat voivat olla tyhjillään ja asukkaat saavat lopulta päättää mitä toimintoja tiloissa tullaan suorittamaan. Yhteiskäyttötilat voisivat toimia myös palvelutiloina, joita erilaiset kotitalouspalveluja tuottavat yrittäjät tarvitsevat.

Yhteiskäyttötilat ovat omalta osaltaan lähipalveluja. Palvelun tarjoaja on tilan omistaja, joka tarjoaa tilaa ihmisten käyttöön. Taloyhtiössä oleva yhteiskäyttötila on lähipalvelu, jota yhtiö tarjoaa asukkaiden käyttöön vastikkeessa maksamaa maksua vastaan. Myös vuokralla tai asumisoikeusasunnossa asuvat asukkaat maksavat välillistä käyttömaksua vuokrassaan tai vastikkeessaan, sillä tilojen hankinta ja ylläpito ovat maksaneet rahaa, joka on hinnoiteltu ensin asuntojen hintoihin ja sitä kautta vuokriin. Tilaa voidaan yhtä hyvin tarjota käyttöön myös laajemmalle käyttäjäkunnalle, jolloin tilalla voi olla mahdollista saada vuokratuloja taloyhtiölle.

Edellä on esitetty pääasiassa yhteiskäyttötilojen positiivisia ominaisuuksia ja mahdollisuuksia. Käytännössä yhteiskäyttötilat muodostavat myös useita ongelmia. Yhteiskäyttöisten saunojen vuorojen sopiminen voi olla vaikeaa, pyörävarastoista saattaa ajan kuluessa muodostua pyörämuseoita, jossa asukkaat säilövät vanhoja rikkiäisiä pyöriään, juopotteleva naapuri saattaa varata grillikatoksen jokaisena kesälauantaina ja niin edelleen. Myös yhteisistä alueista ja tavaroista huolehtiminen voi olla vaikeaa, sillä oletettavasti ihmiset eivät ole kovin huolissaan yhteisen pesutuvan pesukoneen hihnan vaihtamisesta, tai yhteisen grillin karstoittumisesta verrattuna omiin tavaroihin.

## **2.2 Asuminen ja asuntotuotanto Suomessa**

Suomalaisten asuntomarkkinoiden tyypillisenä piirteenä voidaan pitää asuntojen myynnin tapaa, jossa suuri määrä asuntoja tulee olla varattuna ennen kuin uusi kerrostalokohde käynnistetään. Tämä johtaa rakennusliikkeissä usein siihen, että ennen rakentamista tapahtuvaan toimintaan, kuten suunnitteluun, pyritään käyttämään mahdollisimman vä-

hän rahaa. Suunnitteluvaiheessa rakennuksesta saatavien tuottojen määrä onkin vielä epävarmaa. Tämänkaltaisen rakennuttaminen ei edesauta ympäristöministeriön tulevaisuuden tavoitteisiin kirjaamaa innovatiivisen ja käyttäjälähtöisen rakentamisen edistämistä, sillä suurin osa tulevaa rakennusta koskevista yksityiskohdista päätetään nimenomaan suunnittelupöydällä (Razmilic, 2010, p. 8; Ympäristöministeriö, 2011a, s. 19).

Hirvonen et al. (2005) tutkivat 710 uudisasunnon ostaneen henkilön kokemuksia asunnon ostamisesta. Tutkimuksessa 88 % uudiskohteen ostajista oli ostanut asuntonsa rakentamisen aikana tai jo aikaisemmin. Tämä aiheuttaa ostajille ongelman, sillä valmis tuote ei aina vastaa hankittua mielikuvaa. Hirvosen et al. (2005, s. 36) tutkimuksessa uudisasunnon ostajista 30 %:n mielestä asunto vastasi piirustuksista saatua mielikuvaa ”hyvin”, kun 64 % vastasi ”melko hyvin”. ”Melko hyvin”-vastausta voidaan pitää huonona tuloksena, sillä asunto on yksityishenkilöiden ylivoimaisesti suurin investointi, joten jos lopputuote ei aivan vastaa odotuksia asiakkaat saattavat olla todella pettyneitä. Tämänkaltaisen tuottamisen malli muodostaa rakentajille todella suuren haasteen ja samalla mahdollisuuden markkinoida tulevia kohteita mielikuvin, sillä asiakkaat eivät voi vielä kaupantekohetkellä muodostaa todellista kuvaa kaupan kohteena olevasta asunnosta.

Asunnon ostaminen on usein lähes ainutlaatuinen tilanne yksityishenkilöiden elämässä, kun taas asunnon rakennuttajalle ja myyjälle asuntokauppa on jokapäiväistä työtä. Tästä johtuen uudisasuntomarkkinoilla vallitsee valtava tiedon epäsymmetria. Ostajat eivät tiedä, mitä kaikkea asunnolta voi odottaa, koska heille ei usein ole kovin paljon kokemusta asuntokaupasta. Vastaavasti rakennuttajilla on valtavasti tietoa, mitä kaikkea asuntokaupassa tulee huomioida. Razmilic (2010) nimeää tämän tiedon epäsymmetrian suurimmaksi syyksi, miksi rakennusala ei ole kehittynyt viime vuosina muiden teollisuuden alojen, kuten autoteollisuuden, mukana. Hirvosen et al. (2005) tutkimus tukee Razmilicin teoriaa, sillä asiantuntijat antoivat paljon huonompia arvosanoja asuntorakentamisen laadulle, kuin asukkaat.

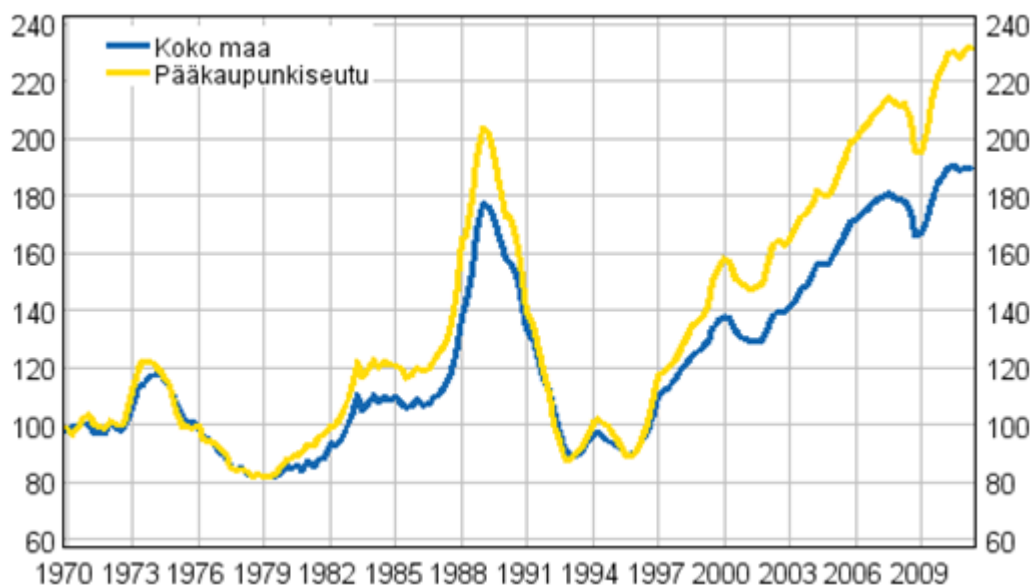
Razmilicin (2010) mukaan asuntokaupassa asiakkailta ei ole tarpeeksi tietoa mitä he voivat vaatia asumiselta, jolloin asuntoja kauppaavien yritysten ei tarvitse kilpailla asumisen laatutekijöillä. Yhteiskäyttötilat lienevät yksi tekijä, jota asunnon hankkijat eivät osaa arvottaa päätöksentekohetkellä. SATO:n vuonna 2011 Yougov Finlandilla teettämän tutkimuksen mukaan suomalaiset haluaisivat nähdä asunnon valmiina ennen kaupantekoa. Vanhojen asuntojen kaupassa tämä onnistuu luonnollisesti, mutta uudisasuntokaupassa valtaosa kaupoista tehdään jo ennen kuin varsinainen rakentaminen on käynnistynyt. (Sato, 2011a)

Uudisasuntotuotannossa tehdyt uudistukset muokkaavat koko asuntokantaa hitaasti, sillä asuntojen elinkaari on pitkä. Kesäkuussa 2011 viimeisen 12 kuukauden aikana



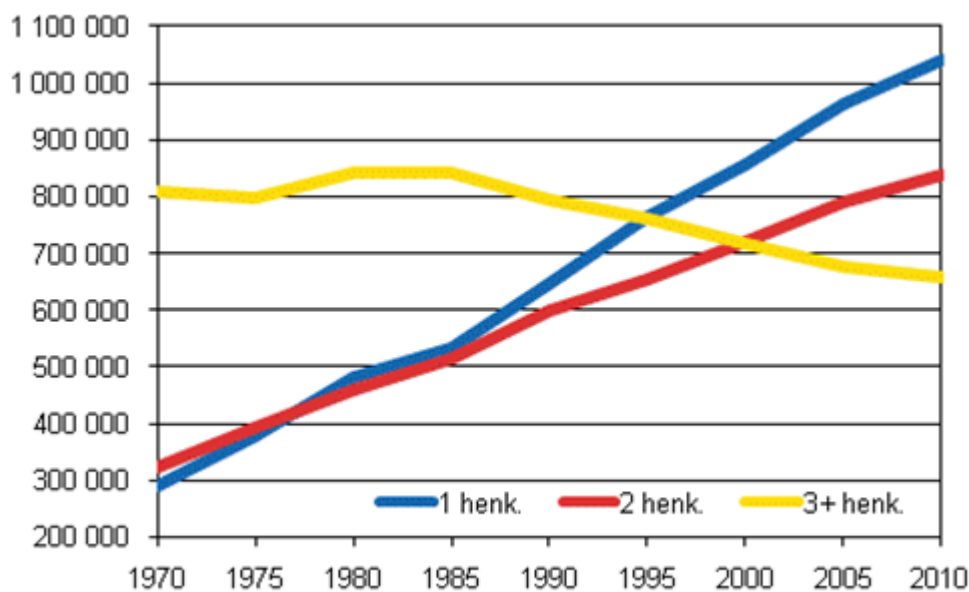
Suomessa oli myönnetty rakennuslupa 18 453 kerrostaloasunnolle ja 34 647 asunnolle yhteensä. (SVT: Rakennus- ja asuntotuotanto, 2011). Vuonna 2009 Suomessa oli 1 221 000 kerrostaloasuntoa (SVT: Asunnot ja asuinolot, 2009), joten uudistuotanto vastaa kerrostaloasuntojen kohdalla noin 1,5 %:a koko asuntokannasta, mikäli kaikki rakennusluvan saaneet kohteet toteutetaan. Uudistuotanto muodostaa myös vain pienen osan käytävästä asunto-osakkeiden kaupasta sillä vuonna 2010 kaupattiin yhteensä 73 970 vanhaa asunto-osaketta (SVT: Asuntojen hinnat, 2011). Uusien asuntojen tarjonta ja hintakehitys heijastuu kuitenkin helposti myös vanhojen asuntojen markkinoille (Mäki-Fränti et al. 2011, s. 2). Läheskään kaikki uudisasuntotuotanto ei kuitenkaan tule myyntiin vaan suuret asuntovuokraajat kuten VVO ja Sato rakennuttavat vuosittain satoja asuntoja vuokramarkkinoille. Vuoden 2010 lopussa VVO:lla oli rakenteilla yli 1 400 ja Satolla noin 600 vuokra-asuntoa (VVO Vuosikatsaus, 2010; Sato Vuosikertomus, 2010).

Asuminen on viime vuosina kallistunut Suomessa merkittävästi, sillä kuten kuva 2.4 osoittaa, asuntojen reaali hinnat ovat nousseet viimeisen 15 vuoden aikana yli 100 %. Asuntojen hintojen vaihtelu vaikuttaa voimakkaasti kansantalouteen, sillä suurin osa kansallisvarallisuudesta on sidottu rakennettuun omaisuuteen. Vuonna 2009 asuinrakennusten osuus kiinteästä pääomakannasta Suomessa oli 43,4 % (223 mrd. €) (SVT: Pääomakanta, 2011). Suomalaisilla kotitalouksilla oli asuntovelkaa elokuussa 2010 yhteensä 79,5 mrd. € (Suomen pankki, 2011a). Jotta lukua voisi verrata johonkin, niin todettakoon, että Suomen valtiolla oli velkaa vuoden 2010 lopussa 81,9 mrd. € (Valtiovarainministeriö, 2011c, s. 83). Laadukkaalla asuinrakentamisella on näin ollen tärkeä rooli kansallisvarallisuuden säilyttämisessä ja kotitalouksien talouden tasapainottamisessa.



**Kuva 2.4** Vanhojen kerrostaloasuntojen reaalihintaindeksi, 1970=100 (SVT: Asuntojen hinnat, 2011)

Puolet suomalaisista asuu pientalossa, vaikka pientaloja on kaikista asunnoista vain 40 %. Tämä selittyy sillä, että pientaloissa asuu keskimäärin enemmän asukkaita kuin rivija kerrostaloasunnoissa. Etenkin kerrostaloissa asunnot ovat pääosin pienempiä. Koko asuntokannasta 30 % on kaksioita. Kaksioden tarve lieneekin viime vuosina lisääntynyt, sillä suomalaisten kotitalouksien koko oli vuonna 2010 keskimäärin 2,07 henkilöä. Vuoden 2010 lopussa kaikista asuntokunnista 74 % oli yhden tai kahden hengen talouksia. Kuvassa 2.5 on esitetty erikokoisten kotitalouksien määrän kehitystä 1970-luvulta. Pienten yhden ja kahden hengen kotitalouksien määrä tulee todennäköisesti lisääntymään myös jatkossa, kun ikääntyneiden suhteellinen määrä kasvaa. Ikääntyneet elävät todennäköisesti useammin yksi tai kaksin, sillä mahdolliset lapset ovat muuttaneet kotoa pois. (SVTa; Asunnot ja asuinolot, 2010; SVTb: Asunnot ja asuinolot, 2010)



**Kuva 2.5** Asuntokunnat koon mukaan 1970–2010, lkm. (SVTb: Asunnot ja asuinolot, 2010)

Pienemmät kotitaloudet ovat kasvattaneet nettorakennuskantaa, sillä pienemmissä kotitalouksissa on suuriin verrattuna keskimäärin huomattavasti enemmän asuinneliöitä per asukas. Yksinasuvilla on käytössään keskimäärin 59 neliömetriä, kaksin asuvilla 44 neliömetriä, kolmen hengen talouksissa 33 neliömetriä ja seitsemän hengen tai suuremmissa talouksissa enää 17 neliömetriä per henkilö. Kotitalouksien koon pieneneminen on osaltaan vaikuttanut siihen, että suomalaisten asumisväljyys on kasvanut vuoden 1985, 29 neliömetristä per asukas nykyiseen lähes 40 neliömetriin per asukas. (SVTb: Asunnot ja asuinolot, 2010) Varallisuus vaikuttaa voimakkaasti asumisväljyyteen, sillä köyhimmästä viidenneksestä noin 70 % asuu yksiössä tai kaksiossa, kun taas rikkaimmasta viidenneksestä vain 8 % asuu yksiössä tai kaksiossa. Rikkain viidesnes omistaa myös vapaa-ajan asunnon huomattavasti useammin kuin vähemmän varakkaat. Rikkaimmalla viidenneksellä peräti 50 % on vapaa-ajan asunto. (Juntto, 2007, s. 21–25)

Osaltaan kotitalouksien pienenemisen johdosta kaikkien asuinrakennusten määrä on kasvanut vuodesta 1980 peräti 46,5 % vuoteen 2010 mennessä (SVT: Rakennukset ja kesämökit, 2010) samalla, kun väestö on kasvanut vain 12,3 % (SVT: Väestö rakenne, 2011). Osin asumisväljyyden kasvamisesta ja asuntojen hintojen noususta johtuen, vuonna 2010 suomalaiset käyttivät 26,9 % menoistaan asumiseen, kun vuonna 1980 osuus oli vain 18,6 % (SVT: Kotitalouksien kulutus, 2011).

Pienten asuntojen suhteellinen hankintahinta asuineliötä kohden on suurempi kuin isojen asuntojen. Hintaero muodostuu kalliista rakennusosista, kuten parvekkeesta ja kylpyhuoneesta, joita on pienissä asunnoissa suhteellisesti enemmän. Nykyisistä esteettömyysmääräyksistä johtuen myös pienten asuntojen kylpyhuoneet ovat melko isoja ja koska niiden rakentaminen on melko kallista nostavat kylpyhuoneet asuineliöiden keskihintaa. (Pitkänen, 2009, s. 24.) Pienissä asunnoissa on myös suhteessa asuineliöihin enemmän parkkipaikkoja ja yhteistä säilytystilaa. Rakennuttaja joutuu tekemään hankesuunnitteluvaiheessa valintoja millaisia asuntoja sen kannattaa rakennuttaa. Vaikka pienet asunnot ovat neliöhinnoiltaan kalliimpia rakentaa, on niiden kysyntä kuitenkin kasvanut viime vuosina ja tulee todennäköisesti kasvamaan entisestään, jos Suomen väestön kehitys seuraa tilastokeskuksen ennustetta. Ennusteen mukaan yli 65-vuotiaiden määrä tulee kasvamaan seuraavan 20- vuoden aikana nykyisestä noin 940 000:sta jopa 1 530 000:een. (SVT: Väestöennuste, 2009). Iäkkäät tulevat mitä todennäköisimmin arvostamaan pieniä toimivia asuntoja, joiden ylläpito on helppoa.

Vanhukset muuttavat yleisesti pientaloista kerrostaloihin (Hirvonen et al. 2005, s. 14). Tämä luo oman haasteensa ainakin uudisrakentamiseen, sillä iäkkäillä saattaa olla korkeammat laatuvaatimukset asunnon, asuintalon ja asuinalueen kohdalta. Iäkkäillä onkin useammin enemmän varaa panostaa omaan asumiseensa. Lähellä eläköitymistä olevilla 55–64-vuotiailla suomalaisilla oli vuonna 2004 yli puolitoista kertaa enemmän varallisuutta kuin suomalaisilla keskimäärin. Todennäköisesti kyseiset 55–64-vuotiaat ovat kasvattaneet nettovarallisuuttaan myös vuodesta 2004, sillä tässä ryhmässä vain noin 22 %:lla kotitalouksista oli asuntovelkaa, kun 25–54-vuotiaista asuntovelkaisia oli yli 40 % kotitalouksista. (SVT: Kotitalouksien varallisuus, 2007.) Asuntojen omistajien asuntovarallisuus on ainakin kasvanut, sillä vuodesta 2005 vanhojen asuntojen hinnat ovat tilastokeskuksen ennakkotiedon mukaan kasvaneet yli 25 % ja uusien asuntojen hinnat yli 35 % (SVT: Asuntojen hinnat, 2011).

Asunnon laatu ja asuinalueen laatu ovat lähes yhtä tärkeitä ominaisuuksia valittaessa uutta asuntoa (Hirvonen et al. 2005, s. 27). Tämä on merkittävä tieto, sillä jos asuinalueen laatu vaikuttaa uuden asunnon valintaan yhtä paljon kuin asunto itse, kannattaa asuntojen rakennuttajien kiinnittää entistä enemmän huomiota myös alueen kehittämiseen ja brändäykseen. Lähiöiden osalta suomalaisen asuntopolitiikan painopiste on siirtynyt kohti alueiden peruskorjaamista ja kehittämistä, sillä olemassa olevat lähiöt on

rakennettu pääosin 1960- ja 70 luvuilla. Aiheeseen liittyvä keskustelu on kuitenkin ollut melko vähäistä, eikä erilaisten ratkaisujen toimivuudesta ole jaettu kokemuksia (Vaatto-vaara & Kortteinen, 2009, s. 9). Vanhojen lähiöiden laajamittaisissa remonteissa voisi olla mahdollista kehittää myös asuintalojen yhteiskäyttötiloja ja parantaa alueiden viihtyisyyttä. Tällainen alueellinen kehittäminen saattaisi kiinnostaa myös suuria rakennusyrityksiä, jotka eivät muuten ole kovin kiinnostuneita asunto-osakeyhtiöiden remonteista. Jos kiinteistökehittäjillä on samalla alueella myös uudistuotantoa, niin vanhojen kohteiden korjaaminen voisi palvella myös uusien asuntojen myymistä.

Asunnon vaihtaminen tulee usein kalliiksi, sillä kiinteistön luovutuksesta maksettava varainsiirtovero on neljä prosenttia kauppahinnasta ja asunto-osakeyhtiön osakkeiden hinnasta 1,6 prosenttia. 18–40-vuotiaat ensiasunnon ostajat on vapautettu varainsiirtoverosta. (L. 29.11.1996/931.) Myyjä joutuu maksamaan mahdollisesta myyntivoitosta pääomaveroa 30 %, mikäli pääomatulot ovat alle 50 000 € kalenterivuoden aikana ja 32 %, mikäli pääomatulot ovat yli 50 000 (Verohallinto, 2012). Vuonna 2011 pääomatuloverokanta oli tuloista riippumatta 28 %. Asunnon myynnin pääomaveroa ei tarvitse maksaa mikäli myyjä on asunut myymässään asunnossa vakituisesti vähintään kaksi vuotta (L. 30.12.1992/1535; Verohallinto, 2011, s. 449). Kaupankäynnin yhteydessä myyjä joutuu maksamaan myös yleisesti käyttämälleen kiinteistönvälittäjälle muutamien prosenttien välityspalkkion. Esimerkiksi yhden suurimman kiinteistönvälitysalan yrityksen Kiinteistömaailman hinnastossa edullisin välitystarjous on 1090 € kiinteitä kuluja + 3,5 % velattomasta kauppahinnasta (Kiinteistömaailma, 2011). Näillä hinnoilla 200 000 € arvoisen velattoman asunto-osakkeen kaupassa veroja ja kaupankäyntikuluja kertyy:

- Vero  $1,6 \% \cdot 200\,000 = 3200\text{€}$
- Välityspalkkio  $1090\text{€} + 3,5 \% \cdot 200\,000 = 8090\text{€}$
- Yhteensä 11 290 € (+mahdollinen myyntivoiton vero 32/30 %)

Nämä kulut tulevat yhdessä myyjän ja ostajan maksettavaksi. Muita pienempiä kuluja asunnon vaihdon yhteydessä aiheuttavat ainakin muutto, asuntolainan järjestelyt, siivouskulut, sisustuskulut ja postinkäntökulut.

Asunnon vaihtamisen syynä on usein asunnosta johtuvat syyt, joten joustavammat asumisratkaisut vähentäisivät muuttamisen tarvetta huomattavasti. Suomalaisilta kuluu jo nyt yli neljäsosa tuloistaan asumiseen (SVT: Kotitalouksien kulutus, 2011), joten pitempiaikaisen asumisen mahdollistavat ratkaisut säästäisivät paljon kotitalouksien rahaa. Asunnon vaihtamisen kustannus olisi hyvä olla mahdollisimman pieni, jotta ihmiset voisivat hakeutua parhaiten elämäntilanteeseen sopivaan asuntoon mahdollisimman pienin kustannuksin (ROTI, 2011, s. 12). Kansantaloudellisesti asunnon vaihtamisen ongelma on moniulotteinen, sillä ensinnäkin valtio tienasi vuonna 2010 varainsiirtoveroina 520 miljoonaa euroa, josta suurin osa lienee juuri asuntokaupan veroja (Valtiovarainministeriö, 2011b, s. 32). Toisaalta kallis asuminen voi vaikeuttaa työvoiman saantia alueellisesti.

Juntto (2007) on tutkinut suomalaisten asumistoiveita kyselyllä, johon vastasi 3455 kotitaloutta. Suurin osa suomalaisista asuu omasta mielestään sopivan kokoisessa asunnossa, mutta noin 13 % asuu mielestään liian pienessä ja noin 8 % liian suurissa asunnossa. Tietyissä elämänvaiheissa olevilla ihmisillä prosentit ovat huomattavasti suuremmat. Yksinhuoltajista yli 30 % asuu mielestään liian pienessä asunnossa. Asuntojen hinnat vaikuttavat luonnollisesti siihen minkä kokoisessa asunnossa ihmisillä on varaa asua. Helsingissä peräti 23 % ihmisistä pitää asuntoaan liian pienenä. (Juntto, 2007, s. 30–42).

Vuonna 2004 suomalaisista muuttoa harkitsevista henkilöistä yli 20 % harkitsi muuttoa, koska asunto on liian pieni ja 10 %, koska asunto on liian suuri. Liian pienissä asuinnoissa asuvien asumisväljyys oli keskimäärin 26,6 m<sup>2</sup> per henkilö, kun liian suurissa asuinnoissa asuvien asumisväljyys oli peräti 62,7 m<sup>2</sup> per henkilö. Mielestään liian pienissä asuinnoissa asuvista muuttoa harkitsevista suomalaisista 60 % on lapsiperheitä, kun liian suuri kotitalous on muuttohalukkuuden syynä erityisesti vanhuksilla. (Strandell, 2005, s. 86.) Vanhuksien muuttohalukkuutta selittää ainakin liian suuren asunnon hoidosta aiheutuva työtaakka. Hyvillä yhteiskäyttötiloilla saattaisi olla mahdollista auttaa eri elämänvaiheissa elävien ihmisten tilantarvetta, sillä suomalaiset haluavat yleensä pysyä tutulla alueella tai ainakin samalla suunnalla asuntoa vaihtaessa (Päivänen, et al. 2004, s. 5)

TNS Gallupin vuonna 2010 (suluissa vuoden 2007 tieto) tekemän tutkimuksen mukaan 32 % (29 %) äskettäin muuttaneista suomalaisista muutti alle yhden kilometrin päähän edellisestä asunnosta. Alle viiden kilometrin päähän muutti 51 % (50 %) 1115:stä (850:stä) tutkimukseen vastanneesta henkilöstä. (TNS Gallup, 2010, s. 4.) Muuttaessaan puolet suomalaisista jää asumaan samalle seudulle, kuin aikaisemmin. Juntton (2007, s. 77) tutkimus tukee TNS Gallupin lukuja sillä Juntton mukaan suomalaiset ovat hyvin alueuskollisia. Hirvosen et al. (2005, s. 13) mukaan melkein 70 % suomalaisista uudisasunnon ostajista oli muuttanut oman kunnan sisällä, 20 % naapurikunnasta ja vain noin 10 % muuttaneista oli niin sanottuja kaukomuuttajia. Hirvosen et al. (2005) tutkimuksessa puolet kaukomuuttajista oli alle 30-vuotiaita. Nuoret muuttavat kauemmaksi ainakin lähtiessään opiskelemaan ja valmistumisen jälkeen mahdollisesti töihin jollekin toiselle työssäkäyntialueelle.

Juntton (2007, s. 68) mukaan suurempi asunto on puolella kotitalouksista kolmen tärkeimmän seikan joukossa, miksi kotitaloudet ovat valinneet nykyisen asuntonsa. Suurempi asunto on tärkein kriteeri 25 %:lle vastanneista. Pienempi asunto ei ole lähellekään yhtä tärkeä syy nykyisen asunnon valintaan, sillä pienempi asunto on tärkein ominaisuus vain 4 %:lla tärkeimmän syyn valinneista 3297 kotitaloudesta. Juntto kysyi samassa tutkimuksessa myös muuttohalukkuutta. Niistä 870 kotitaloudesta, jotka nimesivät tärkeimmän syyn miksi he harkitsevat muuttoa suurempi asunto oli syynä 26 %:lla,

pienempi asunto 7 %:lla ja parempi pohjaratkaisu 3 %:lla vastaajista. (Juntto, 2007, s. 75). Asuntojen joustavuudella ja toimivilla yhteiskäyttöisillä tiloilla saattaisi olla mahdollisuus parantaa monen asunnon toimivuutta. Asuntokohtainen sauna voitaisiin varmasti usein muuntaa vaatehuoneeksi, joka helpottaisi asunnon ahtautta. Tällöin talossa tulisi kuitenkin olla yhteiskäyttöinen sauna, sillä harva suomalainen lienee valmis luopumaan saunomismahdollisuudestaan.

### 2.3 Määräyksiä ja ohjeita yhteiskäyttötiloihin liittyen

Arkkitehti Matti Visanti kuvailee RY Rakennettu ympäristö lehden kirjoituksessaan (2004) yhteistyötä rakentajan kanssa, jonka tärkein arvo on myytävien neliöiden maksimointitarve, ”kärsimykseksi”. Rakentamisen laatutasoa on tuottajamuotoisessa rakentamisessa pidetty yllä yhteiskunnan asettamien miniminormien avulla. Tästä minimitasosta onkin muodostunut maan tapa rakentaa (Visanti, 2004). Normitus on yhtenäistänyt asuntotuotannon valtakunnallisesti ja Visanti (2004) epäileekin normituksen, jopa estäneen erilaisten asumisen innovaatioiden kehittymisen. Visannin (2004) mukaan 1990-luvulta alkanut rakentamisen teknisten normien kiristäminen ja tilatekijöihin kohdistuneiden normien väljentyminen on aiheuttanut asuntokannan parantuneen teknisesti, mutta heikentyneen tilojen laadun ja kaupunkikokonaisuuden näkökulmasta. ”Verrattaessa nykyisiä tavanomaisia asuinrakennuksia vanhempiin voidaan todeta talon tiloista kadonneen kellarit, ullakot, askarteluhuoneet, pesulat, kuivaushuoneet, kerhotilat, yhteissaunat, autotallit ja kadunvarren liiketilat. – Nimenomaan kaupunkikulttuurin kannalta tärkeät yksityiskohdat ovat kadonneet. Uusista taloista ei voi enää vuokrata tilaa aloittelevan yrityksen tarpeisiin eikä varastoida ullakolle esi-isien arvohuonekaluja.” (Visanti 2004.) Maankäyttö- ja rakennuslain § 117 Rakentamiselle asetettavat vaatimukset, keskittyäkin pääosin teknisiin vaatimuksiin. Laki ei ota kantaa asumisen laatuun, vaan lain mukaan riittää, että ”rakennuksen tulee olla tarkoitustaan vastaava” (L. 5.2.1999/132).

Maankäyttö- ja rakennuslaki, asuntokauppalaki, maankäyttö- ja rakennusasetus sekä rakentamismääräyskokoelma antavat kaikki reunaehdot suomalaiselle asuntorakentamiselle ja asuntoihin liittyvälle yhteiskäyttötilojen rakennuttamiselle ja asuntojen kauppaamiselle. Seuraavaksi esitetyt lait, asetukset ja määräykset ovat tämän tutkimuksen kannalta oleellisia.

Maankäyttö- ja rakennuslaki § 5 Alueiden käytön suunnittelun tavoitteet (lihavoinnit lisätty tämän tutkimuksen kannalta oleellisiin kohtiin): ”Alueiden käytön suunnittelun tavoitteena on vuorovaikutteiseen suunnitteluun ja riittävään vaikutusten arviointiin perustuen edistää:

- 1) turvallisen, terveellisen, **viihtyisän, sosiaalisesti toimivan ja eri väestöryhmien, kuten lasten, vanhusten ja vammaisten, tarpeet tyydyttävän elin- ja toimintaympäristön luomista;**

- 2) **yhdyskuntarakenteen ja alueiden käytön taloudellisuutta;**
- 2 a) riittävän asuntotuotannon edellytyksiä, (29.12.2006/1441)
- 3) rakennetun ympäristön kauneutta ja kulttuuriarvojen vaalimista;
- 4) luonnon monimuotoisuuden ja muiden luonnonarvojen säilymistä;
- 5) **ympäristönsuojelua ja ympäristöhaittojen ehkäisemistä;**
- 6) **luonnonvarojen säästeliästä käyttöä;**
- 7) **yhdyskuntien toimivuutta ja hyvää rakentamista;**
- 8) **yhdyskuntarakentamisen taloudellisuutta;**
- 9) **elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä;**
- 10) **palvelujen saatavuutta; sekä**
- 11) **liikenteen tarkoituksenmukaista järjestämistä sekä erityisesti joukkoliikenteen ja kevyen liikenteen toimintaedellytyksiä.”** (L. 5.2.1999/132)

Kuten tässä tutkimuksessa tullaan jatkossa osoittamaan, hyvin suunnitelluilla yhteiskäyttötiloilla voi olla positiivinen vaikutus kaikkiin lihavoituihin kohtiin. Laadullisten mittareiden käyttäminen laissa ei ole kovin yksiselitteistä, sillä turvallinen elin- ja toimintaympäristö tarkoittaa vanhusten ja lasten näkökulmasta varmasti hieman erilaista ympäristöä. Lasten kannalta yksi tärkeimmistä turvallisuuteen liittyvistä seikoista on liikenneturvallisuus, kun taas vanhuksille turvallisuutta ovat kaiteet ja liukuesteet, jotka estävät kaatumisen (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 9). Myös laissa säädetty sosiaalisesti toimivan elin- ja toimintaympäristön rakentaminen voi olla hyvin haasteellista. Työkaluja sosiaalisten vaikutusten arviointiin kaavatasolla ovat esittäneet muun muassa Päivänen et al. (2005).

Maankäyttö- ja rakennuslain § 164 Kiinteistöjen yhteisjärjestely (L. 5.2.1999/132): 1. momentti: ”Jos asemakaavan toteuttaminen vaatii usean kiinteistön yhteisiä järjestelyjä, kunnan rakennusvalvontaviranomainen voi yhden kiinteistön omistajan aloitteesta ja muita kiinteistön omistajia tai haltijoita kuultuaan rakentamisen yhteydessä tai muutoin määrätä korttelialueen tai sen osan taikka kiinteistöön liittyvän tilan yhteisestä käytöstä.”

2. momentti ”Yhteisjärjestelyä koskevaan päätökseen tulee sisältyä järjestelysuunnitelma. Siinä määrätään alueen tai tilan käytöstä, sen kuntoon saattamisesta ja ylläpidosta sekä järjestelystä aiheutuvien kustannusten jakoperusteista ja suorittamisesta.” (L. 5.2.1999/132)

3. momentti ”Määräys yhteisjärjestelystä saadaan antaa, jos järjestely pysyvästi edesauttaa usean kiinteistön käyttöä eikä siitä aiheudu millekään kiinteistölle kohtuutonta rasitusta. Jolleivät asianosaiset sovi järjestelyyn liittyvistä korvauksista, asia ratkaistaan lunastuslain mukaisessa järjestyksessä” (L. 5.2.1999/132)

Tilojen yhteisjärjestely toimii varmasti helpommin, jos tilojen yhteiskäytöstä sovitaan keskenään eikä lain määräyksellä. Tilojen yhteisjärjestely on varmasti usein perusteltua, sillä jokaiseen taloon tai taloyhtiöön ei varmastikaan kannata rakentaa kuntosalia ja puuverstasta, vaan kortteli- tai aluekohtaisilla yhteiskäyttötiloilla tiloille olisi mahdollista saada paljon suuremmat käyttöasteet. Alueelliset yhteiskäyttötilat on taloudellisesti mahdollista toteuttaa laadukkaampina ja paremmin varusteltuina, kuin yhden rakennuksen tilat (ARA, 2011, s. 10). Korttelikohtaiset tilahankkeet ovat usein kuitenkin ongelmallisia, sillä ne edellyttävät taloyhtiöiden välistä yhteistyötä, joka on käytännössä usein havaittu hankalaksi (Päivänen et al. 2004, s. 33). Korttelikohtaisia yhteiskäyttötiloja voi olla myös vaikeampi käyttää asunnon myynti- tai vuokrausvalttina, kuin oman talon yhteisiä tiloja.

Maankäyttö- ja rakennuslain § 155 Leikkipihat ja oleskelualueet (L. 5.2.1999/132): 1. momentti ”Asuinrakennuksen yhteyteen tulee järjestää riittävästi ulkotilaa leikkipaikkoja ja oleskelualueita varten. Ne on turvallisesti erotettava liikenteelle varatusta alueesta. Tilojen riittävyttä arvioitaessa voidaan ottaa huomioon myös lähiympäristön tarjoamat vastaavat tilat ja alueet sekä kiinteistöjen yhteiset järjestelyt.” Hirvosen et al. (2005), Vaattovaaran ja Kortteisen (2009) sekä Vuorelan ja Ahtiaisen (2010, s. 24) tutkimuksen mukaan suomalaiset pitävät yhteiskäyttöisiä piha-alueita huonoina tai ainakin suomalaiset toivoivat parempia piha-alueita. Laki velvoittaa kuitenkin rakentamaan ainoastaan riittävästi ulkotilaa leikkipaikkoja ja oleskelualueita varten. Laki ei siis tältä osin ota kantaa pihatilojen laatuun.

Suomen maankäyttö ja rakennusasetuksen § 51 Asuinrakennus (A. 10.9.1999/895): 2. momentti ”Asumiseen tarkoitettujen tilojen tulee olla tarkoituksenmukaisia ja viihtyisiä. Asuntosuunnittelulla tulee edistää asumiseen tarkoitettujen tilojen toimivuutta sekä soveltuvuutta erilaisiin ja muuttuviin asumistarpeisiin.” Asunnot suunnitellaan kymmeniksi vuosiksi, joten asuntojen tulee yhtälailla olla erilaisiin tarpeisiin mukautuvia, mutta myös ajassa kestäviä (Juntto, 2007). Tämän päivän asuntorakentaminen ei saa olla kymmenen vuoden päästä täysin vanhentunutta, vaan rakennusten tulee mahdollistaa ajanmukainen asuminen myös vuosikymmenten päästä. Asunnot muodostavat myös merkittävän osan kansallisvarallisuudesta, joten on koko kansakunnan edun mukaista, että asunnot rakennetaan mahdollisimman pitkäikäisiksi niin teknisesti kuin fyysisesti-kin. Taloteknisten laitteiden elinkaari on usein paljon rakenteita ja arkkitehtuuria lyhyempi ja niitä voidaan päivittää ajanmukaisiksi paljon lyhyemmällä syklillä kuin rakenteita. Kantavien seinien siirtäminen on todella työlästä ja kallista, joten tilat tulee suunnitella siten, että niiden käyttö mahdollistaa paljon erilaisia toimintoja. Muunneltavilla yhteiskäyttötiloilla on mahdollista varautua tulevia tilatarpeita kohtaan.

Asuntojen markkinointi ja mielikuvien myyminen voi olla haastavaa, sillä asuntokauppalain 3. luvun § 14 määrää yksiselitteisesti, että: ”Asunnossa on virhe, jos: 1) se ei vastaa sitä, mitä voidaan katsoa sovitun;” (L 23.9.1994/843). Myös § 15 määrää, milloin



asunnossa voidaan katsoa olevan virhe: ”Asunnossa on virhe myös, jos 1) se ei vastaa niitä tietoja, jotka myyjä on ennen kaupantekoa antanut asunnosta ja joiden voidaan olettaa vaikuttaneen kauppaan”. Virhettä koskevia säännöksiä sovelletaan myös, ”jos myyjä on antanut asunnon ympäristöstä tai alueen palveluista virheellisen tai harhaanjohtavan tiedon taikka jättänyt antamatta tiedon niitä koskevasta, asunnon käyttöön tai arvoon vaikuttavasta seikasta”. Virheellisten tietojen antaminen asunnosta tai asuinalueesta ovat varmasti usein sellaisia myyjien virheitä, joita myyjä ei voi korjata jälkikäteen, jolloin sovelletaan asuntokauppalain 3. luvun § 25, jonka mukaan ostajalla on oikeus saada kohtuullinen hinnanalennus tai oikeus purkaa kauppa, jos sopimusrikkomus on olennainen. (L 23.9.1994/843)

Suomen rakentamismääräyskokoelman osassa G1 (2005), Asuntosuunnittelu, mainitaan yhteiskäyttötilat kohdassa 3.2.1, jossa on määräys asuinhuoneistoa koskevista tiloista ja varustuksesta: ”Asuinhuoneiston tilojen ja pohjaratkaisun tulee olla aiottu käyttäjämäärä, asuntojen yhteiset tilat ja käyttötarpeiden muutokset huomioon ottaen asumisen kannalta tarkoituksenmukaisia. Asuinhuoneistossa tulee olla riittävästi tilaa lepoa, oleskelua ja vapaa-ajan viettoa, ruokailua ja ruoanvalmistusta, hygienian hoitoa sekä asumiseen liittyvää välttämätöntä huoltoa ja säilytystä varten. Asuinhuoneistossa tai sen käytössä tulee olla asianmukaiset tilat vaatehuoltoa ja irtaimiston säilytystä sekä polkupyörien, lastenvaunujen ja ulkoiluvälineiden säilytystä varten.”

Rakentamismääräyskokoelman osa G1 (2005) ohjaa asuntorakentamista, siten että asuinhuoneistojen tulee olla vähintään 20 m<sup>2</sup> kokoisia, asuinhuoneen huonealan tulee olla vähintään 7 m<sup>2</sup> ja asuinhuoneessa tulee olla ikkuna, jonka ala on vähintään 10 % huonealasta. Mainittujen lisäksi asuinhuoneistossa tulee aina olla käymälä sekä riittävä perusvarustus hygienian hoitoa ja ruoanvalmistusta varten. Asuntojen yhteisten tilojen tulee soveltua tarkoitukseensa ottaen huomioon myös liikkumiseisille soveltuva käyttö.

ARA on erittäin merkittävä tekijä suomalaisessa asuntorakentamisessa. Vuoden 2012 talousarvioesitys mahdollistaa noin 6500 korkotuetun vuokra- ja asumisoikeusasunnon rakentamisen (ARA, 2012b). Summa vastaa noin viidesosaa koko maan asuntotuotannosta. ARA:n suunnitteluohjeet vaikuttavat suomalaisten asumisen laatuun erittäin paljon. ARA:n suunnitteluohjeen mukaan ARA- kohteisiin tulee rakentaa taulukon 2.2 mukaiset yhteiskäyttötilat (ARA, 2011).

**Taulukko 2.2** ARA:n suunnitteluohjeiden suositukset apu- ja yhteiskäyttötiloista (ARA, 2011, s. 9–11)

Yhteiskäyttötila	Pienasunnot	Perheasunnot	Yleensä
Varastot			
Lämmin irtaimistovarasto	2,0 m <sup>2</sup> /asunto	3,0 m <sup>2</sup> /asunto	
Ulkoiluvälinevarasto	1,5 m <sup>2</sup> /asunto	2,0 m <sup>2</sup> /asunto	
Lastenvaunut ja apuvälineet (lämmin)	0,3 m <sup>2</sup> /asunto	0,5 m <sup>2</sup> /asunto	
Polkupyörien säilytys	1,5 m <sup>2</sup> /asunto	2,0 m <sup>2</sup> /asunto	
Kiinteistönhoidon tilat			1 kpl/ rakennus
Varasto ja työtila			5 -10 m2
Pesulat ja kuivaustilat (suositeltavat)		OHJE	
Kuivaustila		1kpl/ 30 asuntoa, 10-15 m2	
Yli 20 asunnon yhtiössä tulee aina olla kuivaustila			
Pesula alle 30 asuntoa		10-20 m <sup>2</sup>	
Pesula yli 30 asuntoa		20-30 m <sup>2</sup>	
Vapaa-ajan tilat		Suositeltavat yli 30 asunnon kohteessa	
Askartelu- kerho- tai monikäyttöhuone		0,5 m <sup>2</sup> /asunto (min 25 m <sup>2</sup> )	
Talosaunat		1 sauna alkavaa 30 asuntoa kohti	
Pukuhuone		4 henkilölle	
Pesuhuone		2 suihkua	
Sauna		4 henkilölle	
Esteetön WC huone			
Ulkovilvoittelu (mikäli mahdollista)			

Helsingin kaupungin rakennusvalvontaviraston julkaisema ohje: ”asuinkerrostalojen ja rivitalojen yhteistilat” (2011), ohjaa yhteiskäyttötilojen rakennuttamista Helsingin kaupungin alueella. Ohjeessa määrätään muun muassa, että:

- ulkovälinevarastotilaa tulee olla vähintään 2 m<sup>2</sup> asuntoa kohden,
- lastenvaunujen ja liikuntarajotteisten apuvälineiden säilytystilaa tulee olla sisäntulotasossa vähintään 0,5 m<sup>2</sup> asuntoa kohden,
- Yli 30 asunnon kohteisiin tulee aina suunnitella yhteispesula,
- yksi kuivaushuone tulee rakentaa, vaikka pesulaa ei olisikaan. Tämän jälkeen tulee rakentaa lisäkuivaushuone jokaista alkavaa 20 asuntoa kohden.
- Kerho- ja harrastetilat suositellaan rakennettavaksi jokaiseen yhtiöön.
- Jokaista alkavaa 20 saunatonta asuntoa kohti tulee rakentaa pesu- ja pukuhuoneen sisältävä saunayksikkö.

## 2.4 Asuntojen suunnittelu

Asuntojen suunnittelussa tulisi pystyä ottamaan huomioon jokaisen yksilölliset tarpeet. Tarpeet vaihtelevat elämäntyylin ja -tavan mukaan ja lisäksi ne muuttuvat ajassa. Mark-

kinoilla tarvitaankin monenlaisia asuntoja. Toiset haluavat asumisen maksavan mahdollisimman vähän, jolloin tarvitaan edullisia asuntoja. Edullisuus tarkoittaa yleensä pitkälle standardoitua rakentamista, joka ei välttämättä mahdollista asuntojen muunneltavuutta. Toisaalta markkinoilla tulisi olla laadukkaita asuntoja kuluttajille, jotka ovat valmiita käyttämään rahaa asumiseen. Markkinoilla olisi hyvä olla myös asuntoja joita voi muunnella ja jopa laajentaa tarpeiden mukaan. (RT 93–10923, 2008.)

Asuntojen suunnittelun yhtenä lähtökohtana on, että asuinhuoneistossa tai sen käytössä on asianmukaiset tilat irtaimiston ja ulkoiluvälineiden kuten polkupyörien, ja lastenvaunujen säilytykseen (RT 93–10945, 2009). Yhteisissä irtaimistovarastoissa säilytetään usein kausivaatteita, tekstiilejä, taloustarvikkeita ja vastaavia. Irtaimistovarastojen tulisi olla kuivia, pölyttömiä ja lämpöisiä. Ulkovälinevarastoissa säilytetään vain ulkoiluun tarkoitettuja tavaroita. Kaikki yhteiset varastotilat tulisi sijoittaa helposti saavutettaviksi. RT- ohjetiedosto asuintilojen säilytyksestä antaa yhteisille varastotiloille seuraavanlaisia suunnitteluohjeita: (RT 93–10945, 2009)

- Ulkoiluvälinevarastot vähintään 2m<sup>2</sup>/asunto
- Yksi polkupyöräpaikka/ 30 kerrosneliometriä
- Lastenvaunutilaa 0,5m<sup>2</sup>/asunto
- Irtaimistovarasto vähintään 3m<sup>2</sup>/asunto

Asuinhuoneessa tai sen käytössä tulisi olla asianmukaiset tilat vaatehuoltoon varten. Vaatehuolto vaatii melko paljon tilaa, sillä etenkin pyykinkuivaus varaa paljon lattiatilaa. Etenkin pienten asuntojen taloyhtiöissä talokohtaiset suuret kuivaushuoneet voivat olla asukkaille arvokkaita. Pyykinkuivauksesta vapautuu huoneilmaan paljon kosteutta, mikä voi olla vaaraksi rakenteille, jos tilojen ilmanvaihto ei toimi kunnollisesti. Keskitettyjen pyykinkuivaustilojen etuna on ainakin toimiva kuivaus, sillä taloyhtiön kuivaustilan tehtävän kuivauslaitteen investointi ei ole kovin suuri jaettuna useammalle asukkaalle. RT- ohjetiedostossa RT 93–10950 Asuntosuunnittelu – vaatehuolto (2009) suositellaan vähintään 10m<sup>2</sup> kokoisen yhteiskäyttöisen kuivaushuoneen rakentamista jokaiseen kerrostaloyhtiöön, lisäksi ohjeessa suositellaan rakentamaan lisäkuivaushuone jokaista alkavaa 20 asuntoa kohti. Jos kerrostaloon rakennetaan lisäksi pesula, suositellaan ohjetiedostossa taulukon 2.3 mukaista tilaohjelmaa riippuen asuntojen määrästä:

**Taulukko 2.3** Pesulan suosituskoko asuinkerrostalossa (RT-90–10950, 2009)

Asuntoja	pesula (m <sup>2</sup> )
5...10	8..12
10...30	18...22
25...60	20...26

Useissa asuntosuunnittelun ohjeissa todetaan, että tietyt tilat tulee olla asuinhuoneessa tai sen käytössä. Asuinhuoneiston käytössä voi olla myös yhteiskäyttötiloja. Yhteiskäyttöisillä tiloilla voidaan lisätä asumisen laatua ja mukavuutta, sillä usein asuntoon ei

mahdu kaikkia tiloja, joita asukas itse haluaa. Yhteiskäyttötiloilla voidaan lisätä asuin-yhteisön yhtenäisyyttä ja harrastamisen monipuolisuutta ja siten lisätä asuntojen käyttö-arvoa. Asuinrakennusten yhteiskäyttötilat tulee suunnitella samojen ohjeiden mukaan kuin muutkin asuintilat. Suunnittelussa tulee huomioida samat esteettömyysvaatimukset, kuin asuintilojen suunnittelussa. Tilojen tulee sopia kaikille käyttäjäryhmille: lapsille, aikuisille, vanhuksille ja liikkumisesteisille (Rakentamismääräyskokoelman osa G1, 2005)

Kerrostalojen yhteyteen suositellaan rakennettavaksi yhteiskäyttöistä harrastetilaa 1–2 % asuinpinta-alasta, jos lähiympäristössä ei ole soveltuvia harrastetiloja (RT 93–10957). Helsingin kaupungin julkaiseman yhteistilaohjeen mukaan (Helsingin kaupungin rakennusvalvontavirasto, 2011) vapaa-ajan tilojen alaksi suositellaan 1,5 % asuinkerrosalasta, mutta kuitenkin vähintään 20 m<sup>2</sup>. Harrastetilojen tarve määräytyy vasta asukkaiden preferenssien pohjalta, mutta päätökset rakentamisesta tehdään jo huomattavasti aikaisemmin. Tilojen tulisikin olla joustavia.

Tilastokeskuksen (SVT, ajankäyttötutkimus, 2009) ajankäyttötutkimuksessa on selvitetty suomalaisten jokapäiväisen elämän ajankäytön jakaantumista eri toimintoihin. Taulukossa 2.5 on esitetty ajankäyttötutkimuksen tulokset vuodelta 2009. Tutkimus antaa mielenkiintoisen näkökulman asuin- ja yhteiskäyttötilojen suunnittelulle, sillä tilojen tulee ennen kaikkea mahdollistaa haluttuja toimintoja. Suomalaisten suorittamista toiminnoista vain pieni osa on sellaisia, jotka mahdollisesti halutaan tehdä yhteisissä tiloissa. Kun suomalaisten toiminnoista valtaosa tapahtuu kotona tai työpaikalla, voidaan perustellusti kysyä mitä varten yhteiskäyttötiloja kannattaa rakennuttaa? Yhteiskäyttötiloilla on ainakin mahdollista saada aikaan tehokkuutta tiettyjen tilojen kuten saunojen käyttöön. Suomessa onkin lähes kolme miljoonaa saunaa (Tommila, 2011), joista arviolta puoltatoista miljoonaa käytetään ahkerasti (RT 93–10430, 1990). Periaatteessa yhteiskäyttöisillä saunoilla kymmenesosa nykyisestä määrästä riittäisi täyttämään kaikkien saunojen tarpeet. Saunominen on kuitenkin eräänlainen rentoutumismuoto ja suomalaiset ilmeisesti haluavat saunaa nimenomaan omassa saunassa oman aikataulun mukaan. Yhteiskäyttötilojen rakennuttamista ei voida siis perustella pelkästään tilatehokkuudella, vaan tulee pystyä arvioimaan missä ihmiset todella haluavat toimintoja suorittaa. Hyvinvointipalvelut lienevät myös sellaisia palveluja, joita ei haluta omassa talossa, vaikka siihen olisikin mahdollisuus. Hierojalle tai vastaavalle, lähdetään mieluummin pois kotoa, sillä palveluilta halutaan enemmän luksusta, kuin mitä kotiympäristö voi tarjota.

Ajankäyttötutkimuksen perusteella ei kuitenkaan voi tehdä tarkkoja oletuksia yhteisen tilan tarpeesta, sillä ihmisten oman tilan tarve on yksilöllistä, joten on mahdotonta yleistää mitä taulukossa 2.4 olevista toiminnoista voi suorittaa yhteisissä tiloissa. Esimerkiksi lukeminen lienee sellainen harrastus, jota useimmiten halutaan tehdä rauhassa muilta.

Toisaalta kirjastojen lukusalit ovat melko suosittuja, joten osa ihmisistä saattaa kaivata ihmisten läsnäoloa myös kirjaa tai lehtiä lukiessaan.

**Taulukko 2.4** Suomalaisten keskimääräinen ajankäyttö vuonna 2009 (SVT, ajankäyttötutkimus, 2009)

TOIMINTO	käytetty aika h,min/vrk
Ansiotyö	2,47
Työmatkat	0,15
Kotitaloustyö	1,11
Huoltotyö	0,17
Muut kotityöt	0,16
Lasten hoito	0,19
Ostokset ja asiointi	0,26
Kotityöhön liittyvät matkat	0,18
Nukkuminen	8,31
Ruokailu	1,18
Peseytyminen, pukeutuminen	0,52
Koulunkäynti ja opiskelu	0,5
Koulumatkat	0,07
Vapaa-ajan opiskelu (ml. matkat)	0,03
Osallistuva toiminta	0,06
Liikunta ja ulkoilu	0,38
Kulttuuri- ja huvitilaisuudet	0,05
Lukeminen	0,36
Radion kuuntelu	0,03
Television katselu	2,05
Seurustelu perheen kanssa	0,06
Seurustelu tuttavien kanssa	0,45
Harrastukset (ml. tietokone)	1,06
Josta: Tietokoneen käyttö	0,45
Muu vapaa-aika	0,15
Vapaa-ajan matkat	0,28
Erittelemätön	0,14
<b>Yhteensä</b>	<b>24</b>

Kotona vietetään merkittävä osa vapaa-ajasta, joten kodin tilojen tulee soveltua myös vapaa-ajan harrastuksille. Tilat harrastuksiin voivat sijaita oman asunnon sijasta myös talon yhteiskäyttötiloissa (Penttilä, 1987). Penttilä (1987) on tutkinut suomalaisten yleisimpiä harrastuksia ja näiden vaatimaa tilaa kotona. Penttilän tutkimuksesta on aikaa 25 vuotta, mutta suurin osa kotona tapahtuvasta harrastustoiminnasta ei ole muuttanut luonnettaan ajan kuluessa, joten tulokset ovat edelleen päteviä. Penttilän (1987) mukaan huoneiden minimi- ja optimikoot ovat taulukon 2.5 mukaisia.

**Taulukko 2.5** Huoneiden minimi- ja optimikoot huomioiden kotiharrastusten tilantarve

Huone	Minimikoko (m <sup>2</sup> )	Optimikoko (m <sup>2</sup> )
Lapsen tai nuoren makuuhuone	12,2	15,0
Kahden hengen (/lapsen) makuuhuone	15,0	18,0
Lasten, nuorten olohuone*	15,0	18,0
Vanhempien makuuhuone	15,6	18,0
Olohuone**	19,0	22,5
Yleishuone	14,6	18,0
Työhuone	8,1	11,7
Askarteluhuone	11,6	15,6

\* Lasten ja nuorten makuuhuoneet voivat olla pienempiä, jos talossa on lasten tai nuorten oma olohuone.

\*\*Olohuone voi olla pienempi, jos talossa on yleishuone

Penttilä (1987) on huomionnut tilojen mitoituksessa ajassa muuttuvat tarpeet. Lasten makuuhuoneen koko on sopiva sekä 3–vuotiaalle, että 17–vuotiaalle nuorelle. Olohuone mahdollistaa muun muassa television katselun, tuttaviensa tapaamisen ja käsityöt. Penttilän (1987) mukaan asunnoissa tulisi olla säilytystilaa normaalien vaate- ja keittiökaappien lisäksi 1,5 m<sup>3</sup>/henkilö lämmintä varastotilaa ja 3 m<sup>3</sup>/henkilö ulkovarastotilaa. Lattiatilana tämä vastaa yhteensä noin kahta neliometriä.

## 2.5 Tulevaisuuden näkymiä yhteiskäyttötiloihin liittyen

Yhteiskäyttötiloille saattaa tulevaisuudessa muodostua uudenlaisia tarpeita, jos ihmiset tilaavat entistä enemmän palveluita kotiinsa. Useiden tutkimusten mukaan ikääntyvät haluavat asua kotona mahdollisimman pitkään (Tuorila, 2011, s. 12; Tyvimaa & Gibler, 2011). Jotta ikääntyvät voivat asua kotona mahdollisimman pitkään tulee kodin tai ainakin talon mahdollistaa erilaisten palveluiden tuottamisen asukkaan kotipiirissä. Tulevaisuudessa kodista muodostuu entistä tärkeämpi palvelujen tarjoamispaikka (Tuorila, 2011, s. 12). Kotiin voi tilata mitä erilaisimpia palveluita, kuten hierojan, siivoajan, terveydenhoitajan tai ruokatoimituksen. Ainakin lääketieteen puolella kotipalveluihin panostetaan, sillä nykyään potilaiden kotona on mahdollista suorittaa jo melko vaativia perinteisesti sairaaloissa tehtyjä operaatioita kuten verensiirrot. Kotona toimitetun sairaanhoitopalvelun etuja ovat ainakin potilaan kuntoutuminen kotona sairaalan osaston sijaan, sekä ympäristö, jossa ei ole entistä viheliäisemmäksi muuttuneita sairaalabakteereja (Tuorila, 2011, s. 12). Hyvinvointipalvelut saattavat tulevaisuudessa siirtyä entistä enemmän erilaisten vapaaehtoistahojen ja järjestöjen toteutettavaksi (Päivänen et al. 2010, s. 7). Tämä lisää erilaisten monikäyttöisten yhteiskäyttötilojen tarvetta.

Espoon Suurpeltoon kehitetään yhteisöllistä asuinalueita, jonne rakennetaan kaupunkilaisten oppimis- ja kohtaamispaikka Opimäki-kampus. ”Kampus sykkii toimintaa **vuoden jokaisena päivänä**. Se on avoin ja yhteistyöhön perustuva **kohtaamispaikka**, jonka

tilat ovat kaikkien alueen asukkaiden ja toimijoiden käytössä.” (Opinmäki, 2011). Opinmäkeen rakennetaan monipuolisia tiloja, joissa alueen asukkaat voivat kohdata ja harrastaa. ”Opinmäen kampuksen tilat toteutetaan kahdessa vaiheessa. Koulu- ja päivähoitotilojen lisäksi kampukselle sijoittuu ainakin kirjasto-, työväenopisto-, kulttuuri-, liikunta-, nuoriso- ja asukaspuistotoimintaa.” (Opinmäki, 2011). Suurpellon alueella kokeillaan myös palveluteismallia, jossa jokaisen kerrostalon aulaan rakennetaan palveluteinen, josta asukkaat voivat vuokrata kaapin nettiostoksia varten (Suurpelto, 2011). Tämänkaltaisille kaapeille lienee tulevaisuudessa entistä enemmän kysyntää sillä nettikauppa on kasvattanut suosiotaan viime vuosina. Tilastokeskuksen vuonna 2010 tekemän tutkimuksen mukaan 25–34-vuotiaista suomalaisista yli 64 % on tehnyt ostoksia verkossa viimeisen kolmen kuukauden aikana ja 87 % viimeisen 12 kuukauden aikana. (SVT: Tieto ja viestintätekniikan käyttö 2010, 2010). Kuvassa 2.6 on esitetty Vilkas Oy:n ylläpitämä verkkokauppaindeksi vuodesta 2006. Indeksien arvo lasketaan painotettuna keskiarvona verkkokaupan myynnin indeksistä, tilausmääräindeksistä ja tilaukseen keskiarvoindeksistä. (Vilkas, 2011).



**Kuva 2.6** Verkkokauppaindeksi

Suosituimmat verkkokaupan kautta tehdyt ostokset ovat matkoja ja pääsylippuja, jotka eivät tarvitse erillistä lokeroa eteisestä, mutta seuraavaksi suosituimpina tuotteina ovat muun muassa vaatteet ja jalkineet, kirjat, kodin tekstiilit, harrastustuotteet, valokuvaustuotteet ja kodintekniikka (SVT: Tieto ja viestintätekniikan käyttö 2008, 2008) ovat usein sen verran kookkaita tuotteita, ettei niitä voi pudottaa postiluukusta. Tämän kaltaisten tuotteiden tilaukseen palveluteisten vuokrattavat laatikot ovat varmasti tarpeen.

Asumisen kehitykseen vaikuttaa taloudellisen kehityksen lisäksi demografiset tekijät, elämäntapojen muuttuminen ja arkielämän hitaus (Juntto, 2007, s. 7). Juntto (2007) tarkoittaa arkielämän hitaudella pysyvyyttä ja turvaa, jota arkielämä tuo. Demografiset muutokset tulevat olemaan seuraavina vuosina todella suuria Suomessa. Tällä hetkellä nuoret asuvat huomattavasti pienemmissä asunnoissa kuin iäkkäät (Juntto, 2007). Suuret ikäluokat siirtyvät kuitenkin pian eläkkeelle ja alkavat mahdollisesti etsiä uusia asuntoja eläkepäivien varalle. Suurten ikäluokkien eläköityminen muodostaa asuntomarkkinoille mielenkiintoisen tilanteen sillä ainakin Yhdysvalloissa asuntomarkkinoilla vallitsee ilmiö, jossa iäkkäät myyvät asuntoja ja nuoret ostavat (Masnick et al. 2011). Tämä ilmiö voi aiheuttaa asuntojen hintojen voimakasta laskua ainakin joillain alueilla, jossa netto-myyjien osuus on huomattavasti ostajia suurempi (Myers & Huy, 2008). Suomessa eli vuonna 2010 noin 940 000 yli 65-vuotiasta ihmistä. Vuonna 2020 heidän määränsä tulee kasvamaan 1 290 000:n ja vuoteen 2030 mennessä 1 530 000:n (SVT: Väestöennuste, 2009). Jos tämä ikäluokka alkaa vaihtaa asuntoja aktiivisesti, eläköitymisen jälkeen markkinoille tulee vapautumaan valtava määrä kookkaita asuntoja. Isojen asuntojen tarve saattaa vähentyä jatkossa myös, jos suurten kotitalouksien määrä jatkaa nykyistä laskevaa trendiään, joka on jatkunut jo 1950-luvulta (SVT: Asunnot ja asuinolot, 2011).

Yhteisöasuminen (*eng. cohousing*) muodostaa mielenkiintoisen näkökulman yhteiskäyttötiloihin, sillä yhteisöasumisen yhtenä perusajatuksena on yhteisöllisyys, johon sisältyy myös yhteisten tilojen käyttöä. Charles Durrettin (2009) mukaan yhteisöasumista voi löytyä yhtä hyvin pienestä kylästä, urbaanista lähiöstä tai vanhasta teollisuuskiinteistöstä muokatuista loft-asunnoista. Kaikilla yhteisöasumisen muodoilla on kuitenkin kuusi yhteistä ominaisuutta.

1. Osallistava prosessi: Kohteen tulevilla asukkailla on päätösvalta suunnittelussa, johon he myös itse osallistuvat.
2. Suunnittelun tarkoitus on rohkaista yhteisöllisyyteen.
3. Kattavat yhteiskäyttötilat ovat tärkeä lisä yksityisiin asuntoihin.
4. Aukkaat kehittävät asuinyhteisöä yhdessä.
5. Jaettu johtajuus: yhteisön aikuiset asukkaat tekevät asuinyhteisöä koskevat päätökset yhdessä.
6. Henkilökohtaiset tulot: vaikka tiloja ja tavaroita jaetaan, jokaisen tulot ovat henkilökohtaisia. (Durrett, 2009, p. 19.)

Jarvis (2011) toteaa, että yhteisöasuminen on yleistymässä ainakin Yhdysvalloissa. Suomessa suurempia yhteisöasumiskohteita on toteutettu vain muutamia, mutta lähitulevaisuudessa yhteisöasuminen saattaa yleistyä sillä uusi hallitusohjelma lupaa parantaa ryhmärakennuttamisen toimintaedellytyksiä (Neuvottelutulos hallitusohjelmasta, 2011). Kesällä 2011 ryhmärakennuttajien etuja ajamaan perustettiin Ryhmärakennuttajat ry (Ryhmärakennuttamisen portaali, 2011). Ryhmärakennuttaminen on rakennuttamista, jossa joukko tavallisia kansalaisia lähtee mukaan rakentamishankkeeseen varhaisessa



vaiheessa ja pyrkii ryhmänä vaikuttamaan rakentamiseen. Ryhmärakennuttamisella saadaan aikaan kustannussäästöjä ja samalla tuotetaan paremmin asukkaiden tarpeita vastaavia asuntoja. Ryhmärakennuttaminen soveltuu pien- ja kerrostalohankkeisiin sekä eri hallintamuodoille (Ryhmärakennuttamisen portaali, 2011). Ryhmärakennuttaminen ei välttämättä johda yhteisölliseen asumiseen, mutta luultavammin yhteiskäyttötiloista ainakin keskustellaan tarvelähtöisesti, kun asukkailla on jo suunnitteluvaiheessa mahdollisuus vaikuttaa omaan asumiseen.

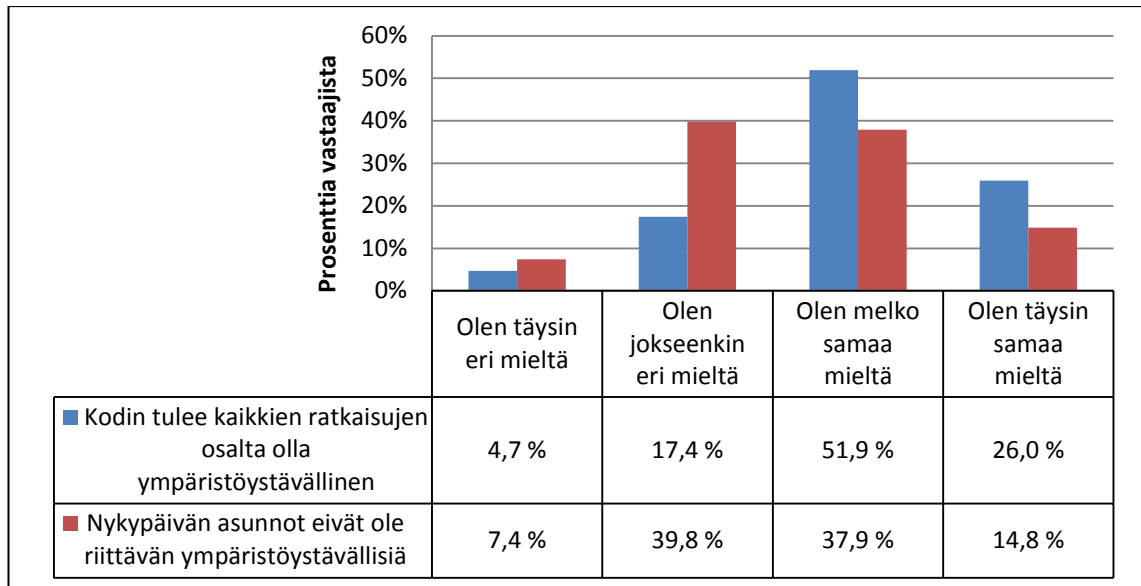
Helsingin kaupungin tavoitteena on edistää yhteisöllisiä ratkaisuja, kuten talosaunoja ja yhteispihoja kaavamääräyksillä (Ryöti et al. 2008). Helsingin kaupunginvaltuustossa on keskusteltu yhteisöasumisesta. Tiia Aarnipuu esitti kokouksessa 4/2008 toivomusponnen: ”Kaupunginvaltuusto edellyttää, että kaupunki selvittää mahdollisuuksia lisätä ja tukea erilaisia yhteisöllisen vuokra-asumisen, yhteisöasumisen ja tuetun asumisen muotoja.” Ponsi hyväksyttiin äänin 68–0. (Helsingin kaupunginvaltuusto, 2008.) Helsingin kaupunginvaltuusto on myös hyväksynyt kokouksessaan 4/2011 Osku Pajumäen ponnin, jossa Pajumäki esittää, että kaupungin on asetettava tontinvarauksissa etusijalle ryhmärakentajien ja muiden asunnon tarvitsijoiden lukuun toimivat rakennuttajat ja muutoinkin voimistaa asukkaiden puolesta toimivien rakennuttajien toimintamahdollisuuksia asuntotuotannossa. (Helsingin kaupunginvaltuusto, 2011)

Yhteisöasuminen on myös perinteistä asumista ekologisempaa, sillä yhteisöasumiskohteissa asunnot ovat perinteisiä asuntoja pienempiä ja asuntoja voidaan rakentaa tiheämmin. Yhteisöllisyys luo myös välittämistä paitsi toisista ihmisistä myös ympäristöstä (Kuoppa & Mäntysalo, 2010, s. 35). Yhteisöasumiskohteissa asuvat henkilöt myös käyttävät vähemmän omaa autoa ja yhteisöllisyys saa heidät ajattelemaan ympäristöä useammin. Yhteisöasuminen tarjoaa asumiseen myös suuruuden ekonomian tuomia etuja, sillä jokaisella kotitaloudella ei tarvitse olla harvemmin käytettyjä kotitalouslaitteita vaan ne voivat olla yhteisön omia (Jarvis 2011, p. 574). Yhteiset tilat ja niihin tehtävät yhteiset hankinnat, kuten pesukone, säästävät materiaalia ja energiaa (Lyytikä, 1994). Yhteiset tavarat ovat ekologisia kahdelta kannalta, sillä tavaroita ei tarvitse valmistaa yhtä paljon ja niiden varastoiminen vie huomattavasti vähemmän tilaa (Durrett, 2009, pp. 21–22). Yhteisöasumiskohteissa olevat yhteiset tilat säästävät myös huomattavasti energiaa, sillä pyykkitupa, vierashuone ja erilaiset askartelutilat voivat sijaita yhteisessä tilassa, joka palvelee koko yhteisöä. Yhteisöasuminen voi tarjota myös asuinympäristön, jossa naapureiden vertaistuki on helpommin saatavilla, kuin perinteisessä asumisessa, joka korostaa ihmisten yksityisyyttä ja individualismia (Jarvis 2011, p. 574).

Yhteiskäyttötilat voivat pienentää asuntojen kokoa ja siten säästää rakennusmateriaaleja ja asuntojen lämmitykseen vaadittavaa energiaa. Pienemmät asunnot tukevat myös hallitusohjelmaan kirjattua tavoitetta tiivistää yhdyskuntarakennetta (Neuvottelutulos hallitusohjelmasta 17.6.2011, s. 41) Hajautuva yhdyskuntarakenne muodostuu kalliiksi ylimääräisten rakennus- ja ylläpitokustannusten vuoksi (Kuoppa & Mäntysalo, 2010, s.

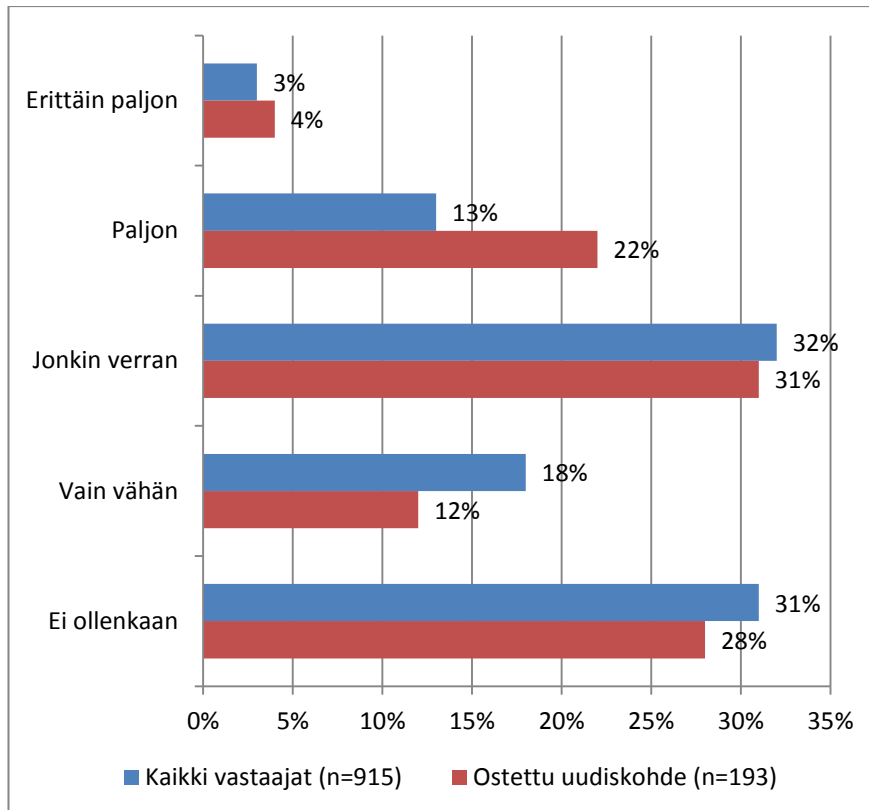
11). Lisäksi tiivis yhdyskuntarakenne vähentää kasvihuonepäästöjä, kun etäisyydet palveluihin pysyvät lyhyinä ja ihmisten liikkumisen tarve vähenee. Tiivis yhdyskuntarakenne edesauttaa myös joukkoliikenteen käyttöä, kun reittien varrella asuu enemmän ihmisiä (Ympäristöministeriö, 2011a, s. 8). Myös ARA:n suunnitteluohjeissa on kirjattu rakentamiselle asetetuksi vaatimukseksi yhdyskuntarakenteen eheyttäminen (ARA, 2011, s. 6). Tiivis ja eheä yhdyskuntarakenne voi saada aikaan positiivisen kierteen myös yhteiskäyttötilojen käytölle samoin kuin joukkoliikenteelle, jos korttelialueelle mahtuu asumaan nykyistä enemmän asukkaita, on tällöin alueella myös paljon potentiaalisia yhteiskäyttötilojen käyttäjiä. Yhteiskäyttötilat mahdollistavat myös yhteisöasumisessa yleiset yhteishankinnat. Yhteiskäyttöisillä pesutuvilla ja niihin tehtävillä energiatehokkailla konehankinnoilla olisi mahdollista vähentää asuntojen tilantarvetta (lämmitettävää pinta-alaa) ja siten vähentää asukkaiden yhteensä käyttämää energiaa. Yhteiset piha-alueet vaikuttavat lähiympäristön ekologiaan sillä ne parantavat alueiden vesitaloutta ja ilman laatua. Piha-alueiden kasvit suojaavat myös tuulelta, tasaavat lämpötilaeroja mahdollisesti vaimentavat melua. (RT-93–10961, 2009)

Yhteiskäyttötilojen ekologinen puoli voi tukea asuntojen markkinointia ympäristöystävällisinä. Kanasen ja Tyvimaan (2011, s. 12–13) tutkimuksen mukaan suomalaiset kaipaavat asumiselta ekologisuuutta, sillä 77,9 % suomalaisista on joko melko tai täysin samaa mieltä väitteen ”kodin tulee kaikkien ratkaisujen osalta olla ympäristöystävällinen” kanssa. 52,7 % taas on melko tai täysin samaa mieltä, että ”nykypäivän asunnot eivät ole riittävän ympäristöystävällisiä”. Kuva 2.7 esittää Kanasen ja Tyvimaan (2011) kyselyn tuloksia suomalaisten mielipiteistä asumisen ympäristöystävällisyyteen liittyen. Asumisen ympäristöystävällisyyden mittaaminen ei ole kovin yksinkertaista. Razmilic (2010) peräänkuuluttaakin yksinkertaisia mittaristoja, joilla asukkaat voivat laskea tuottamansa ympäristökuorman eri asunnoissa. Ympäristöystävällisyyden mittaaminen ei kuitenkaan ole kovin yksinkertaista, sillä liikkumisen suhteen ihmiset tekevät valintoja käytetyn ajan, rahan, vaivan ja ympäristökuorman mukaan. Asuntoa hankkiessa ihmiset tekevät valintoja tilatehokkuuden, asunnon remonttien, asunnon varustetason, asuinalueen viihtyvyyden, palveluiden jne. suhteen. Hedonistinen vertailu näiden kaikkien ominaisuuksien kohdalla ei ole mahdollista, joten ihmiset tekevät usein valintoja intuition pohjalta. (Razmilic, 2010.)



**Kuva 2.7** Mielipiteitä asumisen ympäristöystävällisyydestä,  $n=807$  (Kananen & Tyvima, 2011)

Asuntojen ympäristöystävällisyys ei kuitenkaan ole tärkeä tekijä uutta asuntoa etsittäessä, sillä vain 16 % kaikista uuden asunnon ostajista sanoo asunnon energiatehokkuuden vaikuttaneen asunnon valintaan paljon tai erittäin paljon. Kuva 2.8 esittää TNS Gallupin (2010) tekemän tutkimuksen tuloksia asunnon ostamisesta. Uudiskohteen ostajille asuntojen energiatehokkuus on ollut keskimäärin kaikkia vastaajia tärkeämpää. Vaikka ”erittäin paljon” ja ”paljon” vastanneiden määrät eivät ole kovin suuria, energiatehokkuutta kuitenkin pidetään yhtenä asunnon valinnan kriteerinä melko usein, sillä vain 31 % vastaajista sanoo, että asunnon energiatehokkuus ei vaikuttanut asunnon valintaan lainkaan.



**Kuva 2.8** "Missä määrin rakennuksen energiatehokkuus, eli se kuinka ekologinen rakennus on energiankulutuksen ja hiilidioksidipäästöjen osalta, vaikuttivat asunnon valintaan?" (TNS Gallup, 2010, s. 8–9)

Nykyisin rakentamismääräykset ja keskustelu rakennusten energiatekniikasta vaikuttaa keskittyvän teknisiin seikkoihin, kuten rakenteiden U-arvoon ja erilaisten ilmastointiratkaisujen pariin. Asumistapoja muuttamalla olisi kuitenkin helppo saada tuloksia uudistuotannossa ilman, että otetaan rakenneteknisiä riskejä kasvattamalla seinien eristevahvuutta, vaikka tutkijat ovat eri mieltä rakenteiden toimivuudesta. (Mölsä, 2008; 2011.)

## 2.6 Asumismuotojen vertailu

Myyntiin, asumisoikeusasunnoiksi ja vuokralle tarkoitettujen kohteiden yhteiskäyttölojen rakennuttamisessa on liiketoiminnan näkökulmasta eroja. Erot muodostuvat ennen kaikkea liiketoiminnan keston perusteella. Myyntiin rakennettavien asuntojen rahavirrat tapahtuvat muutamien vuosien aikana, kun taas asumisoikeus- ja vuokra-asunnot tuottavat sijoittajille vuokratuloja vuosikymmenten ajan. Sijoitusinstrumenttina asunnon arvo on sen tulevaisuuden tuottojen diskontattu nykyarvo. Diskonttokorkona käytetään sijoittajan tuottovaatimusta.

Asuntorakentamisen liiketoiminnalla on yritysten näkökulmasta kaksi näkökulmaa, joko prosessi- tai investointinäkökulma. Myyntiin tarkoitettussa asuntotuotannossa asunnot ovat rakennuskoneiston tuottamia hyödykkeitä, joita yritys myy. Vuokralle ostettu asun-

to tai rakennus sen sijaan on reaalisisjoitus, jonka on tarkoitus tuottaa sijoittajalle voittoa. Asunnon ovat siitä erikoisia sijoitusinstrumentteja, että suurin osa asuntokauppaa käyvistä etsii asuntoa kodikseen, ei sijoitukseksi. Tästä johtuen asuntoja ostetaan voimakkaasti tunnepohjalta. Sijoittajan asunto onkin ihmisen koti. Jos asuntojen markkinahinnat ovat tällä hetkellä oikealla tasolla, suomalaisten arvostus asuntoa kohtaan on noussut voimakkaasti viimeisen 15 vuoden aikana, sillä asuntojen hintojen nousu on ollut huomattavasti inflaatiota voimakkaampaa.

### 2.6.1 Omistusasuminen

Omistusasuminen voidaan jakaa kahteen osaan. Asukas voi asua joko itse omistamassaan kiinteistössä tai hän voi omistaa asunto-osakeyhtiön osakkeita, jotka oikeuttavat hallinnoimaan tiettyä asuntoa (L. 22.12.2009/1599). Omistusasumisella tarkoitetaan näitä molempia asumisen muotoja. Omistusasuminen eroaa muista hallintamuodoista, sillä asuntoon sitoudutaan suurella rahalla. Asunto onkin yksityishenkilöiden yleensä elämän aikana suurin investointi. Asuntoa voidaan pitää korkean sitoutumisen tuotteena, joiden hankintaan kuluttajat näkevät paljon vaivaa (Peter & Olson, 1996, s. 101, Kaitasuo, 2008, s. 10, mukaan). Vaivannäöllä tarkoitetaan informaation hankkimista, arviointia ja vertailua.

Yrityksen näkökulmasta myyntiin tarkoitettujen asuntojen tuoton laskeminen on melko yksinkertaista, sillä asuntojen tuotto voidaan laskea vähentämällä kaikkien asuntojen myyntihinnoista rakennuksen hankintakustannus. Rakennusliikkeen näkökulmasta omistusasunnon voidaan nähdä olevan tuote, jonka yritys on ensin kehittänyt ja sitten joko itse valmistanut tai hankkinut valmistamispalvelun alihankintana. Uusklassisen talousteorian mukaan rakennusliikkeen kannattaa rakentaa asuntoja niin paljon, että rajakustannus ja rajatuotto ovat yhtä suuria sillä silloin on saavutettu kannattavuusoptimi, jossa voitot ovat maksimissaan (Suomala, et al. 2011, s. 54; Haverila et al. 2005, s. 169.) Rajakustannuksella tarkoitetaan yhden lisäyksikön valmistamisesta johtuvia kustannuksia. Rajatuotto vastaavasti kertoo kuinka paljon yhden yksikön lisätuottaminen lisää tuloja.

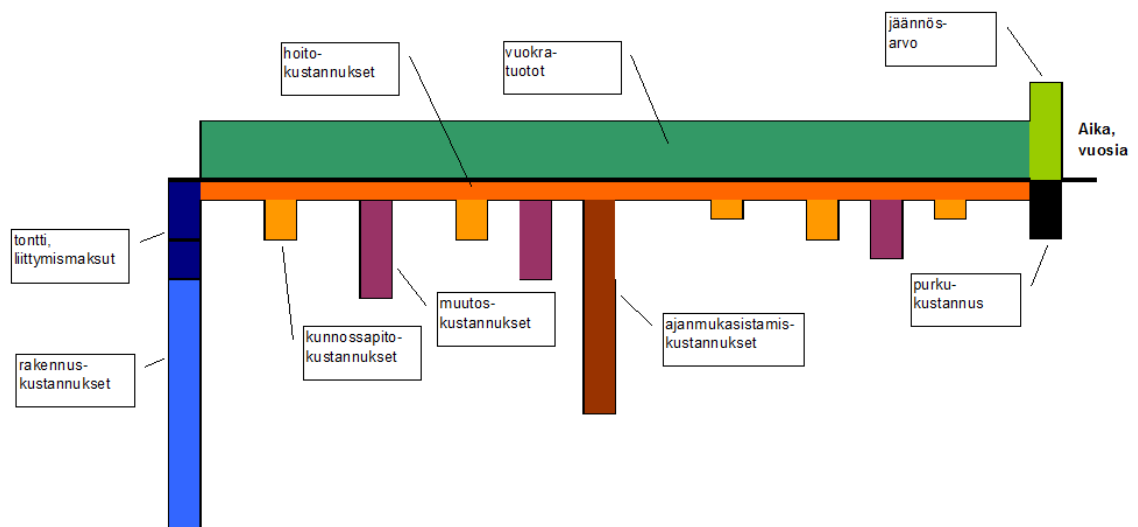
Asuntorakentamisessa rajakustannus vastaa yhden asunnon rakentamista ja rajatuotto tästä asunnosta saatavaa tuottoa. Uusklassinen teoria ei toimi aivan moitteettomasti asuntotuotannossa, sillä jokainen asunto on yksilöllinen. Asunnot voivat olla pohjapiirustuksiltaan identtisiä, mutta viimeistään ikkunoista avautuva maisema on aina hieman erilainen. Rajatuoton ja -kustannuksen laskeminen toisistaan eroaville tuotteille ei ole aivan uusklassisen talousteorian mukaista, vaan tuotteiden tulisi olla identtisiä. Asuntorakentamista ohjaa lisäksi suuri määrä erilaisia määräyksiä. Rakennusliike ei voi vapaasti päättää, kuinka monta asuntoa se rakentaa tietylle tontille tai alueelle, vaan rakennusoikeus on määrätty rakennusluvassa. Uusklassinen teoria toimii lähinnä kulutushyödykkeissä, jotka ovat kaikki identtisiä ja joiden valmistusvolyyymia yrityksen on helppo säätää.

## 2.6.2 Osaomistusasuminen

Osaomistusasuminen on vaihtoehto kotitalouksille, jotka tähtäävät omistusasumiseen, mutta heillä ei ole varaa ostaa omistusasuntoa. Osaomistusasunnon asukas ostaa aluksi vain osan asunnosta jolloin hänestä tulee ostamansa osan suhteessa asunnon vähemmistöosakas, enemmistöosakkaan ollessa rakennuttaja. Asukas asuu ensin asunnossa vuokralla, mutta hän voi myöhemmin lunastaa rakennuttajan osuuden itselleen. Osaomistusasuntoja toteutetaan sekä vapaarahoitteisesti että valtion korkotuella. (Ympäristöministeriö, 2011b.)

## 2.6.3 Vuokra-asuminen

Asuntojen vuokraaminen voidaan nähdä liiketoimintana, jossa asunnot ovat yritysten tai sijoittajien reaali-investointeja. Investointi tuottaa sijoittajalle sen elinkaaren aikana tietyn pääomavirran. Kuvassa 2.9 on esitetty kiinteistön tuottojen ja kulujen kertyminen tietyllä ajanjaksolla. Vuokrakohteen kannattavuutta voidaan arvioida erilaisilla laskentamenetelmillä, joita on kuvattu tarkemmin luvussa 3.4.1 investointilaskennan menetelmiä



**Kuva 2.9** Kiinteistön elinkaarikustannukset ja tuotot (Saari, 2004)

Yhteiskäyttötilojen tulisi vaikuttaa myös asuntojen vuokraan, sillä kerrostaloissa olevat yhteiskäyttötilat ovat asukkaiden käytössä ja näin lisäävät asumismukavuutta. Käytännössä vuokra muodostunee usein pelkästään asunnon sijainnin ja itse asunnon sisäisten tilojen perusteella. Monissa senioritaloissa on huomattavasti perinteisiä rakennuksia enemmän yhteiskäyttötiloja. Tästä huolimatta senioritalojen vuokrat eivät välttämättä ole perinteisiä asuntoja suurempia (Tyvimaa & Gibler, 2010, p. 84).

## 2.6.4 Asumisoikeusasuminen

Asumisoikeusasumisesta on säädetty laissa. Lain mukaan asumisoikeudella tarkoitetaan yksityishenkilön oikeutta hallita asuinhuoneistoa ja mahdollisesti talossa olevia muita tiloja. Ehtona asumisoikeusasuntojen rakennuttamiselle ja edelleen vuokraamiselle on, että talon ”omistaa aravalain 22 §:ssä tai 44 §:n 3 momentissa, asumisoikeustalolainojen korkotuesta annetun lain 4 §:ssä tai vuokra-asuntolainojen ja asumisoikeustalolainojen korkotuesta annetun lain 5 §:ssä tarkoitettu yhteisö tai muu 1 a §:ssä tarkoitettu yhteisö tai säätiö (*asumisoikeustalo*).” ”ARA nimeää asumisoikeusasuntoja tai niiden omistukseen oikeuttavia osakkeita omistavan yhteisön yleishyödyllisiksi yhteisöiksi, mikäli korkotukilain 24 §:n tai aravalain 15 a §:n edellytykset täyttyvät” (Rainio, 2011). ”Asumisoikeus perustetaan asumisoikeustalon omistajan ja asumisoikeuden saajan välisellä sopimuksella (*asumisoikeussopimus*). (14.2.2003/127)”. Myös osakeyhtiöt voivat perustaa asumisoikeusasuntoyhtiöitä tietyin ehdoin. (L16.7.1990/650.) Asumisoikeuden lainsäädäntöä on vuosien aikana muutettu useasti. Muutoksilla on pyritty saamaan asumisoikeusasumisesta entistä kilpailukykyisempi asumisen muoto ja parantaa asukkaiden vaikutusmahdollisuuksia, jotta asumiskustannukset pysyisivät kohtuullisina. (Rainio, 2011, s. 8)

Kun asumisoikeudesta sovitaan, asukkaan tulee maksaa talon omistajalle asumisoikeusmaksu. Lisäksi asumisoikeuden haltijan tulee maksaa käyttövastiketta (L16.7.1990/650). Asumisoikeusmaksu voi olla enintään 15 % asuntolainoituksen perustana olevasta hankinta-arvo-osuudesta, kun asunnot on rahoitettu valtion tukemalla asuntolainoituksella. Asumisoikeusasunnon luovutuksen yhteydessä asumisoikeuden haltija on oikeutettu saamaan indeksoitu asumisoikeusmaksun takaisin. Asumisoikeusmaksu on sidottu rakennuskustannusindeksiin. Uusia asumisoikeusasuntoja on viime vuosina aloitettu rakentamaan poikkeuksellisen paljon, johtuen hallituksen voimakkaista elvytystoimista rahoituskriisin aikana (Rainio, 2011, s. 9).

Asumisoikeuden haltijaksi voidaan hyväksyä yksi tai useampi lain määrittämä henkilö. Jollei laissa määriteltyjä henkilöitä kuitenkaan ole hakujonossa, voidaan asumisoikeus myöntää myös muille hakijoille. Asumisoikeuden saajan tulee olla kunnan hyväksymä ja vähintään 18- vuotta täyttänyt henkilö. Lisäksi kunta voi asettaa erityisvaatimuksia hakijoille. Tietyt asunnot voivat olla tarkoitettu vain ikä- tai erityisryhmille. Asumisoikeusasunnon hakijalla tulee olla tarve uudelle asunnolle. Lain mukaan tarvetta ei ole, jos hakijalla on hakualueella omistusasunto, joka vastaa tietyin edellytyksin haettavaa asumisoikeusasuntoa. Hakuoikeutta ei ole myöskään, jos hakijalla on liikaa omaisuutta. Näitä rajoituksia ei kuitenkaan sovelleta yli 55- vuotiaisiin hakijoihin eikä asumisoikeusasunnosta toiseen vaihtavaan hakijaan.

Asumisoikeusasunnossa asuvalta kerätään käyttövastiketta, joka ei saa olla asuinalueella olevia samanveroisen asunnon vuokraa suurempi. Käyttövastikkeella katetaan muun

muassa asuinrakennusten hankintameno, rahoituskulut, ylläpito, hoito ja mahdolliset perusparannukset. Yleishyödyllisten yhteisöjen voittojen tuloutuksesta on säädetty laissa. Tällä hetkellä yleishyödylliset yhteisöt saavat kotiuttaa voittoja noin kahdeksan prosentin edestä yhteisön sijoittamalle pääomalle. (Rainio, 2011, s. 11)

Suomen Asumisoikeus Oy:n toimitusjohtaja Marko Pyykkönen (2011) kirjoittaa yhtiön vuoden 2010 vuosikertomuksessa, että: ”asumisoikeusasumista ei voi verrata omistusasumiseen. Asumisoikeustaloja rakennutetaan ja hallinnoidaan aivan samoilla periaatteilla kuin vuokra-asuntoja. Selkeä ero molempiin asumismuotoihin löytyy kuitenkin asumisturvasta, jonka asukkaat ovatkin jo mieltäneet vahvaksi.” Asumisoikeusasuminen voidaankin nähdä pysyvyysuojan antavana vuokra-asumisen muotona (Rainio, 2011, s. 8). Pyykkönen (2011) perustaa väitteensä asumisoikeusasukkaiden kokemasta asumisturvasta Vuorelan ja Ahtiainen (2010) tutkimukseen, jonka mukaan asumisoikeusasukkaat pitävät asumismuotonsa asumisturvaa jopa omistusasujia parempana.

Ylivoimaisesti suosituimmat syyt valita asumisoikeusasuminen ovat asumisoikeusasumisen sopiminen elämän- ja rahatilanteeseen (Vuorela & Ahtiainen, 2010, s. 10). Vuorelan ja Ahtiainen (2010) tutkimukseen osallistui 1012 asumisoikeusasujaa, 320 vuokralla asujaa ja 739 omistusasunnossa asuvaa henkilöä. Yllättäen asumisoikeusasukkaille asunnon sijainnilla oli todella vähän merkitystä sillä vain 12,5 % asumisoikeusasunnoissa asuvista vastaajista piti sijaintia tärkeänä tekijänä valitessa nykyistä asuntoa. Omistusasujista sijaintia piti tärkeänä 62,4 % ja vuokralla asuvista 46,0 %. (Vuorela & Ahtiainen, 2010, s. 10.) Asumisoikeusasunnoilla näyttää olevan erittäin hyvä kysyntä, sillä esimerkiksi Asokodeilla asuntojen käyttöaste vuonna 2010 oli keskimäärin 99,31 % (Suomen Asumisoikeus, 2011, s. 9)



## 3 YHTEISKÄYTTÖILOJEN ASIAKASARVO

### 3.1 Asumisen asiakasarvo

Asiakasarvolla (*eng. customer value*) tarkoitetaan arvoa, jonka asiakas kokee käyttäessään tiettyä tuotetta tai palvelua. Asiakasarvoa ei pidä sekoittaa asiakkuudenarvoon, joka mittaa kuinka arvokas tietty asiakas on yritykselle, eikä asiakkaan arvoihin, jotka ovat asiakkaalle tärkeitä asioita. Asiakkaan arvot vaikuttavat kuitenkin asiakkaan saaman asiakasarvoon, sillä tuotteiden tai palveluiden ostaminen voi olla asiakkaalle tärkeää henkilökohtaisten arvojen, ei niinkään saadun hyödyn vuoksi. (Huber et al. 2001, pp. 42–44.) Asumisarvo on arvo, jonka asukas kokee asuessaan tiettyssä asunnossa. Jokaisen yksilön asumisarvo muodostuu eri tekijöistä.

Tuotteen tai palvelun asiakasarvo määräytyy asiakkaan näkökulmasta. Jos tuote vastaa asiakkaan odotuksia, se on silloin hänelle arvokas. Yritys voi luoda asiakkaille yliverstaista asiakasarvoa, vain jos heidän tarjoamansa vastaa asiakkaiden odotuksia ja asiakkaat kokevat saavansa tarjoamasta enemmän arvoa, kuin kilpailijoiden vastaavasta tarjoamasta. Asiakasarvo muodostuu siis asiakkaan toiveiden ja preferenssien mukaan ei yrityksen näkökulmasta. (Cravens et al. 1997, p. 497)

Arvontuotannolla voidaan nähdä olevan kaksi ulottuvuutta: toiminnallinen ja kognitiivinen. Toiminnalliset tekijät ovat tuotteessa tai palvelussa ja ne liittyvät siihen kuinka tuote tai palvelu tuottaa lisäarvoa asiakkaalle. Kognitiiviset tekijät ovat mielikuvia palveluntuottajasta ja hänen arvontuotantokyvystä. Yritysten tulisi pystyä tunnistamaan omat arvoajurinsa, eli ne elementit, jotka tuottavat asiakkaalle lisäarvoa, mahdollisimman hyvin. Arvoajuri voi olla mikä tahansa asiakkaalle arvoa tuottava asia kuten tuote, palvelu, tieto, läsnäolo tai referenssi. (Groth, 1994; Tikkanen, et al. 2007, s. 44)

Asumisen asiakasarvo muodostuu jokapäiväisen asumisen toiminnoista. Asukas nukkuu makuuhuoneessa, jossa hän todennäköisesti arvostaa hiljaisuutta ja sopivaa lämpötilaa. Aamulla arvokasta voi olla ikkunoista avautuva maisema tai tilava keittiö, jossa mahtuu valmistamaan aamiaisen perheelle. Yhteiskäyttöiset tilat tukevat asunnon tiloja asumisen asiakasarvon muodostumisessa. Yhteiskäyttöiset varastot vapauttava arvokasta tilaa asunnon sisältä tarpeellisten tavaroiden säilytykseen ja yhteiskäyttöinen sauna mahdollistaa saunomisen omassa talossa ilman tuhansien eurojen investointia omaan saunaan.

Asiakasarvon määrittelemineen on vaikeaa, sillä käsite on subjektiivinen ja monimerkityksinen (Khalifa, 2004, p. 647). Porter (1985, p. 3) on todennut, että arvo on jotain

mistä asiakas on valmis maksamaan. Kotler ja Keller (2009, p. 14) määrittelevät arvon asiakkaan kokemiksi konkreettisiksi ja aineettomiksi hyödyiksi. Kotlerin ja Kellerin (2009) mukaan arvon kokeminen muodostuu pääasiassa laadusta, palvelusta ja hinnasta. Asiakasarvo on määritelty myös erilaisten mallien mukaan. Seuraavassa esitetyistä maleista yhdenkään arvomallin ei ole tarkoitus toimia itsenäisesti, vaan ne selittävät samaa ilmiötä hieman eri näkökulmista (Khalifa, 2004, p. 660).

### **Arvokomponenttimallit**

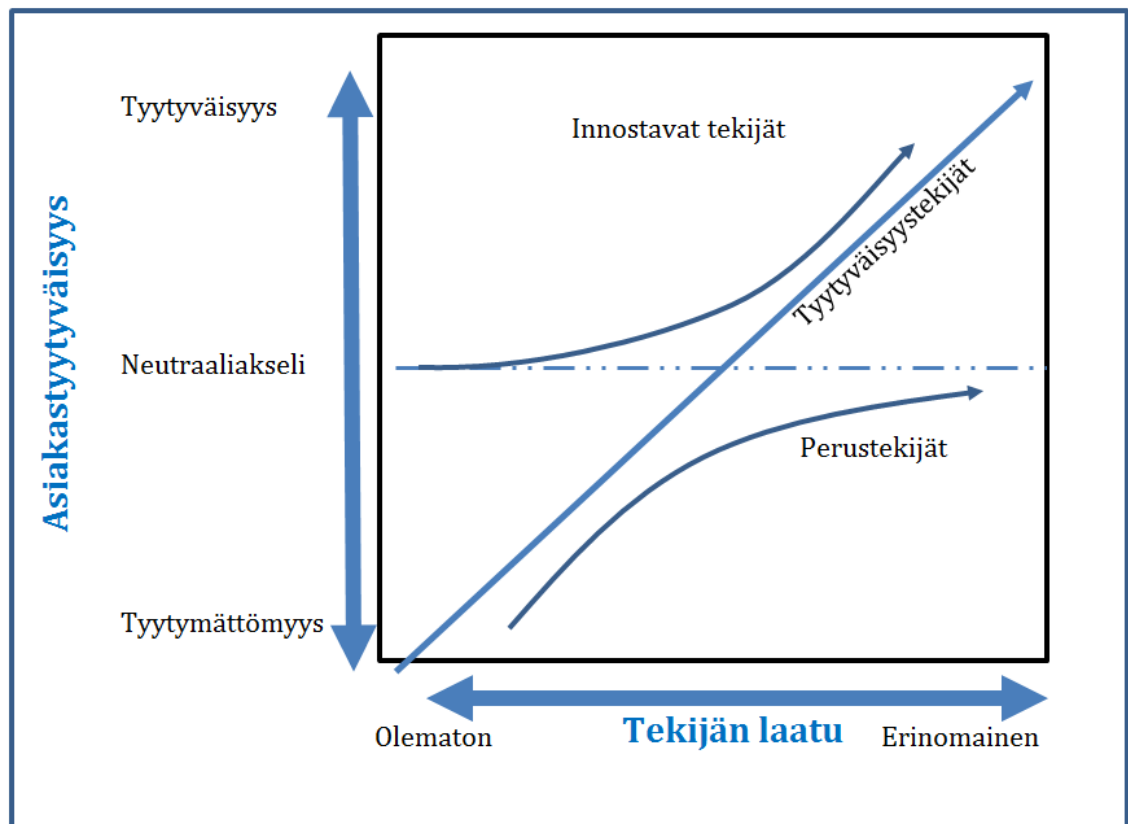
Mallin mukaan arvo koostuu eri komponenteista. Kaufman (1998; Khalifa 2004 mukaan) on jakanut asiakasarvon kolmeen komponenttiin. Kaufmanin (1998) asiakasarvo voi muodostua tarpeesta, halusta, arvosta (*eng. worth*) tai näiden yhdistelmästä. Haluaaminen on syy hankkia, jokin tuote tai palvelu silloin kuin itse tuote tai palvelu on henkilölle tavoittelemisen arvoinen. Arvo (*worth*) viittaa vaihdossa saatuun arvoon ja siihen, kuinka asiakas tulee käyttämään tuotetta tai palvelua. Tarve viittaa johonkin tuotteen tai palvelun ominaisuuteen, joka tyydyttää tietyn tarpeen, kuten pyykinpesukone mahdollistaa vaatteiden pesemisen.

Toinen yleinen tapa luokitella asiakkaan kokemaa arvoa on jakaa arvo kolmeen eri komponenttiin Noriaki Kanon laatiman mallin mukaan. Kanon mallissa, joka on esitetty kuvassa 3.1 tuotteen tai palvelun tekijät jaetaan perustekijöihin, tyytyväisyystekijöihin ja innostaviin tekijöihin. Perustekijät ovat ominaisuuksia, jotka kuluttajan mielestä kuuluvat tuotteeseen tai palveluun itsestäänselvyytensä. Perustekijät eivät usein luo suurta asiakastyytyväisyyttä, sillä niitä pidetään itsestäänselvyyksinä. Perustekijöiden puuttuminen saa kuitenkin aikaan suurta tyytymättömyyttä. Yritysten ei kannata panostaa liikaa perustekijöihin, sillä näiden tekijöiden ei oleteta muuta, kuin kattavan perustarpeen, jota varten tuote tai palvelu on hankittu. Perustekijöihin panostaminen ei yleensä tuo yritykselle lisää myyntiä. (Thompson, 1998; Khalifa, 2004)

Tyytyväisyystekijät ovat tekijöitä, joihin pätee sanonta enempi parempi. Tuotteen arvo nousee mitä enemmän näitä tyytyväisyystekijöitä tuotteessa on. Tyytyväisyystekijät erottavat tuotteet ja palvelut toisistaan, sillä perustekijöiden oletetaan olevan kaikissa samoja. Innostavuustekijät ovat uusia innovatiivisia ratkaisuja, joita asiakas ei odota hankkimaltaan palvelulta tai tuotteelta. Innostavuustekijät ovat sellaisia, joista asiakas ei tuotetta tai palvelua hankkiessaan ole tietoinen, mutta joka yllättää positiivisesti ja täyttää jonkin piilevän asiakastarpeen. (Thompson, 1998; Khalifa, 2004) Kanon malli kuvaa vain asiakasarvon toista puolta hyötyjä. Jokaisen tuotteen tai palvelun hankkimisesta koituu asiakkaalle myös kustannuksia (Khalifa, 2004, p. 649).

Thompsonin (1998, p. 20) mukaan kulutus- tai välttämättömyyshyödykkeitä myyvien yritysten kannattaa keskittyä tuottamaan perustekijät edullisesti, sillä näitä hyödykkeitä ostavat asiakkaat eivät yleensä arvosta tyytyväisyys- tai innostavia tekijöitä. Sen sijaan

yrietykset, jotka käyvät kauppaa luksustuotteilla kilpailevat nimenomaan tyytyväisyystekijöillä. (Thompson, 1998, p. 20).



**Kuva 3.1** Kanon malli asiakastyytyväisyyden tekijöistä (mukaillen Joiner, 1994, pp. 68–69, Khalifa, 2004 mukaan; Thompson 1998)

Tuotteiden ja palvelujen kehittyessä myös innostavista tekijöistä tulee tyytyväisyystekijöitä ja lopulta perustekijöitä, joita pidetään itsestään selvyyksinä. Kalenteri matkapuhelimessa on nykyään perustekijä, kun kymmenen vuotta sitten asiakas ei välttämättä ollut tietoinen kalenterinen olemassa olost, vaan yllättyi positiivisesti huomattessaan puhelimessa uuden ominaisuuden.

Asumisessa perustekijöinä voidaan pitää ainakin lämpöä, vettä ja sähköä, sillä nämä tekijät ovat samoja jokaisessa suomalaisessa kerrostaloasunnossa. Asukkaiden mieltymyksiä yhteiskäyttötiloihin on melko vaikea arvioida. Todennäköisesti häkki- ja pyörävarasto ovat jokseenkin perustekijöitä, kun taas muut yleiset yhteiskäyttötilat ovat tyytyväisyystekijöitä: ”enempi parempi”. Luksustilat kuten kattoterassi ovat innostavia tekijöitä, joita luultavasti harvemmin odotetaan asumiselta, mutta jotka voivat käytön aikana muodostua arvokkaiksi asukkaille.

### Hyöty-kustannus-malli

Day (1990; Huber et al. 2001 mukaan) on määritellyt asiakasarvon kaavan 1 mukaisesti:

*Asiakasarvo = Asiakkaan kokema etu – Asiakkaan kokemat kustannukset (1)*

Vaikka yhtälö vaikuttaa itsestään selvältä sen käyttöarvo on kyseenalainen, sillä kuinka voidaan laskea asiakkaan kokemat edut, jonkin tietyn tuotteen tai palvelun hankkimisesta ja verrata näitä etuja raha-, aika- ja vaivakustannuksiin? (Huber et al. 2001, p. 42) Kotler ja Keller (2009, p. 121) laajentavat Dayn (1990) ajatusta ja jakavat edelleen edut ja kustannukset neljään osaan. Etuja ovat koetut hyödyt tuotteesta, tuotteen mukana tulevat palvelut, henkilöstön apu ja mielikuvat. Kustannuksia ovat: raha, aika, energia ja psykologiset kustannukset. Asiakkaat vertaavat eri tuotteista saatuja hyötyjä kustannuksia vastaan ja ostavat sen, joka tuottaa heille omasta mielestään eniten arvoa (Kotler & Keller, 2009, pp. 121–122).

Tuotteiden ja palvelujen yksi tärkeä arvotekijä on helppous. Tuote tai palvelu joka säästää asiakkaan aikaa, vaivaa, ja etsimiseen käytettyä työtä voi olla asiakkaalle arvokas, jolloin tuotteesta on mahdollista pyytää korkeampaa hintaa. (Zeithaml, 1988, p. 18)

Zeithaml (1988) on jakanut asiakkaiden kokeman asiakasarvon neljään osaan:

1. Arvo on edullisuutta
2. Arvo on tuotteen ominaisuuksia
3. Arvo on laadun suhde hintaan
4. Arvo on koettujen hyötyjen ja kustannusten suhde

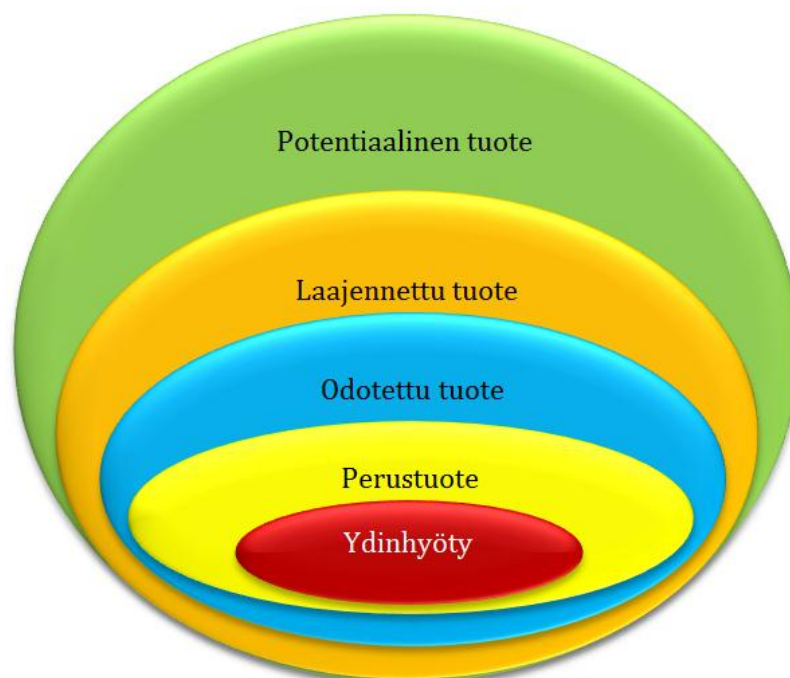
Zeithamlin (1988) jaossa tekijät 1,3 ja 4 liittyvät vaihdannassa saatuun etuun. Hinta onkin ehdottomasti yksi asiakasarvon tärkeimmistä tekijöistä, sillä hinta lopulta määrää tekeekö asiakas ostopäätöksen vai ei. Yrityksen näkökulmasta hinta ei kuitenkaan ole kestävä kilpailuetu, sillä heti kun kilpailijat pystyvät tarjoamaan tuotetta halvemmalla etu on menetetty (Grönroos, 2007, p. 5). Haverilan et al. (2005, s. 226) mukaan yritys voi luoda asiakkaalleen lisäarvoa vain kahdella tavalla: lisäämällä hyötyjä suhteessa kustannuksiin tai alentamalla ostajan kustannuksia suhteessa hyötyihin. Haverilan et al. (2005) ajatus perustuu hyöty-kustannus-malliin.

Porterin (1985, p. 165) mukaan kuluttaja valitsee yrityksen tuotteen, silloin kun se vähentää hänen kustannuksiaan tai parantaa suorituskykyä. Porter (1985) tarkoittaa suorituskyvyllä asiakkaan tyytyväisyystason nostoa. Porterin malli perustuu rationaalisen kuluttajan ajatukseen, jossa kuluttaja pystyy antamaan arvon omalle työpanokselleen, vapaa ajalleen ja mahdolliselle helppoudelle. Yleensä kuluttajat varmasti arvostavat helppoutta, vapaa-aikaa ja vaivattomuutta, mutta näiden muuttaminen rahamääräisiksi voi olla liikaa oletettua. Asiakkaiden ostoskäyttäytyminen perustunee usein intuitiolle ja mielikuville. Asiakkaan huono ymmärrys tuotteiden lopullisesta hinnasta ja tuottamasta arvosta johtaakin siihen, että asiakkaat arvioivat tuotteiden heille tuottamaa arvoa, eivätkä he pysty mittaamaan sitä täydellisesti (Porter, 1985, p. 173).

Myös yhteiskäyttötilojen hyötyjä on vaikea mitata ja verrata kustannuksiin. Asukkaan on usein mahdotonta arvioida yhteiskäyttötilojen kustannusta osana vuokraa, jolloin vertaaminen saatuihin hyötyihin on voi olla mahdotonta. Hyöty-kustannus-malli soveltuu paremmin vertaamaan koko asunnosta saatuja hyötyjä ja kustannuksia, jossa asukas arvioi yhteiskäyttötiloja osana asuntoa.

### Hierarkiamalli

Kotler ja Keller (2009, p. 318) ovat jakaneet asiakasarvon viiteen hierarkkiseen osaan. Kuvassa 3.2 on esitetty Kotlerin ja Kellerin (2009) hierarkkisen asiakasarvon osat. Ydinhyöty on syy, minkä takia tuote on hankittu. Asunnon oston syy on yleensä tarve uudelle kodille tai asunto voi olla hankittu sijoitusmielessä. Perustuotetasolla ydinhyöty konkretisoituu, asunto tarjoaa keittiön, makuuhuoneen ja muut kodin ylläpitoon tarvittavat tilat. Odotettu tuote-taso sisältää asiakkaiden normaalisti odottamat ominaisuudet, kuten uudisasunnolta siistit pinnat ja toimivat kodinkoneet. Aikaisemmilla tasoilla olevia ominaisuuksia pidetään itsestään selvinä, ja yritysten on vaikea erottua näillä tasoilla. Laajennettu tuote-taso sisältää ominaisuudet, joista brändit rakentuvat ja joilla yritykset kilpailevat. Potentiaalisella tuote-tasolla on tuotteiden tulevaisuuden potentiaali, josta asiakkaat pääsevät mahdollisesti tulevaisuudessa nauttimaan, jos tuotteeseen liittyy joitain uusia ominaisuuksia tai palveluja. Yhteiskäyttötilat voivat olla lähes millä tahansa, paitsi ydinhyötytasolla.



**Kuva 3.2** Asiakasarvon hierarkiamalli (Kotler & Keller, 2009, p. 318)

### Väline-tavoite malli (eng. *means end theory*)

Mallin mukaan asiakkaat ostavat tuotteita tai palveluita saavuttaakseen haluttuja tavoitteita. Tuotteet tai palvelut ovat vain välineitä näiden tavoitteiden saavuttamiseksi (Kha-

lifa, 2004, p. 653). Huber et al. (2001) mukaan väline-tavoite malli yhdistää asiakkaan tuotteen käytöstä saadut hyödyt ja henkilökohtaisten arvojen täyttämisen (Huber et al. 2001, p. 43). Yhteiskäyttötilat voidaan nähdä välineenä esimerkiksi tavaroiden säilyttämiseen (varastot), kunnon kohottamiseen (kuntosali) tai rentoutumiseen (sauna).

Malli selittää, miksi kuluttajat arvostavat, joitain tiettyjä tuotteita enemmän kuin markkinoilla olevia vastineita, vaikka vastineet vaikuttaisivat paremmilta. Mallin mukaan kuluttaja vertailee tuotteesta saamia hyötyjä ja kustannuksia subjektiivisesti omien arvonsa mukaan (Huber et al. 2001, p. 44). Malli selittää esimerkiksi reilun kaupan tuotteiden hankinnan, sillä kuluttajat antavat arvoa reilun kaupan tuotteiden järjestelmälle, vaikka siitä koituukin heille kustannuksia.

### **Laatu ei ole asiakasarvoa**

Arvon käsite on laajempi kuin laadun, sillä tuotteen laatua voidaan usein mitata erilaisilla mittareilla. Arvo taas syntyy vasta asiakkaan mielessä eikä sitä pystytä ennalta mittaamaan mitenkään (Zeithaml, 1988, p. 14). Laadun voidaan nähdä olevan yleistä, kun asiakasarvon kokeminen on aina yksilöllistä.

Tuotteen tai palvelun laatu voidaan laajasti käsittää erinomaisuudeksi tai ylivoimaisiksi ominaisuuksiksi. Asiakaan näkökulmasta laatu on aina subjektiivista, sillä odotettuun laatuun vaikuttavat aina asiakkaan aikaisemmat kokemukset ja mielikuvat. Asiakkaat eivät kuitenkaan ikinä osta laatua, vaan arvoa. Laadukas tuote tai palvelu ei myy, jos asiakkaat eivät koe saavansa siitä lisäarvoa. (Zeithaml, 1988, p. 3.) Maailman laadukain hiustenkuivaaja ei ole arvokas kaljulle käyttäjälle.

## **3.2 Asiakasvolähtöiset strategiat**

”Asiakslähtöisyys voidaan määritellä asiakkaiden nykyisin ja tuleviin tarpeisiin liittyvän markkinatiedon keräämiseksi läpi koko organisaation, asiakastiedon levittämiseksi kaikille yrityksen osastoille ja koko organisaation reagoinniksi siihen” (Haverila et al. 2005, s. 226). Asiakslähtöisyys perustuu ajatukseen asiakkaalle luodusta lisäarvosta. Asiakslähtöisyys tai asiakasarvolähtöisyys on kattavampaa, kuin asiakkaan toiveiden täyttäminen sillä asiakasarvolähtöinen yritys pyrkii ratkaisemaan asiakkaan ongelmia, joihin hän ei välttämättä edes osaa etsiä ratkaisua. Uudet teknologia ovat tyypillisiä lisäarvon luoja, joita asiakkaat eivät osaa vielä edes toivoa. ”Strategia on yrityksen tai organisaation tavoitteidensa saavuttamista varten suorittamien aktiviteettien kokonaisuus tai suunta” (Peltonen, 2007, s. 65). Asiakasvolähtöinen strategia voidaan siis määritellä asiakkaiden nykyisiin ja tuleviin tarpeisiin vastaamiseksi yrityksen tavoitteiden saavuttamiseksi.

Asiakasarvo on viime vuosina noussut yhdeksi yrityksen menestyksen tukipilareista, ja useiden strategistien mielestä ylivoimaisen asiakasarvon luominen on avainasemassa

yrittäjien menestymiselle (Huber et al. 2001, p. 42). Vielä 1990-luvun alkupuolella yritykset pyrkivät saavuttamaan etulyöntiasemaa kilpailijoihin tehostamalla omaa toimintaa. Erilaiset laatuohjelmat, re-engineering, ulkoistaminen ja muut yrityksen omaan toimintaan liittyvät kehittämistoimet olivat suosituimpia kehittämistapoja (Woodruff, 1997). Yritysten kehittäminen keskittyi omaan toimintaan, kun niiden olisi pitänyt laatia strategioita, joilla voidaan tuottaa asiakkaille ylivoimaista arvoa (Porter, 1996.) Porterin (1996) mukaan operatiiviseen tehokkuuteen keskittyminen ei ole strategia. Operatiivisuuden keskittyminen voi johtaa vanhaan ansaan, jossa tehdään väärää asioita hyvin.

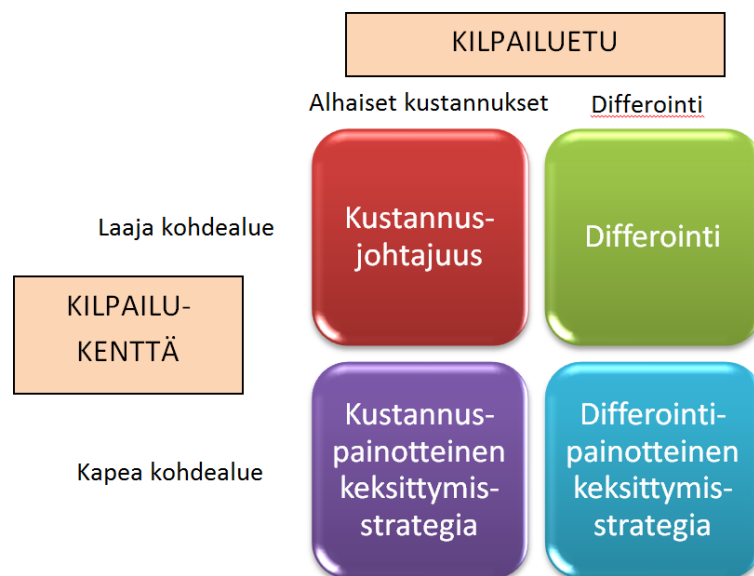
Jokaisella yrityksellä on strategia, jolla se pyrkii saamaan kilpailuedun markkinoilla. Strategia voi olla eksplisiittisesti laadittu tiettyjen suunnitelmien avulla tai se voi olla muodostunut implisiittisesti yrityksen sisältä. Johtajat pyrkivät strategian avulla vastaamaan toimialalla olevaan kilpailuun, löytämään uusia houkuttelevia toimialoja, vastaamaan kilpailijoiden toimiin, ennakoimaan kuinka toimiala kehittyy ja määrittämään miten yrityksen tulisi asemoida itsensä markkinoilla pärjätäkseen kilpailussa. (Porter, 1980, p. xiii.) Yritykset toimivat jatkuvasti kilpailuilla markkinoilla, joissa ne pyrkivät pärjäämään viiden kilpailuvoiman puristuksessa (Porter, 1980, p. 4; ks. myös Porter, 1985). Porterin (1980) kilpailuvoimat on esitetty kuvassa 3.3.



**Kuva 3.3** Toimialan kannattavuuteen vaikuttavat viisi tekijää (Porter, 1980)

Toimialan kannattavuuden lisäksi merkittävä kilpailustrategiaan liittyvä tekijä on yrityksen suhteellinen asema toimialallaan. Jokainen samalla toimialalla toimiva yritys toimii kuitenkin yleensä hieman eri periaatteilla. Porterin (1980, p. 35; 1985) mukaan yrityksillä on kolme keinoa pärjätä jatkuvassa kilpailussa. Yrityksen tulee jollain näistä

kolmesta keinosta saavuttaa pysyvä kilpailuetu. Porter (1980) jakaa kilpailuedun kahteen osaan: alhaisiin kustannuksiin ja differointiin. Kilpailuedun tekijät voidaan edelleen yhdistää yrityksen toimintakenttään, jolloin yritykselle jää kolme ”perusstrategiaa” joiden avulla yritys voi yrittää pärjätä kilpailussa. Nämä kolme perusstrategiaa on esitetty kuvassa 3.4. Yritys voi alhaisten kustannusten ja differoinnin lisäksi valita keskittymisstrategian. Keskittyminen tarkoittaa valittuun asiakassegmenttiin keskittymistä. Myös tietylle asiakassegmentille keskittyminen vaatii joko kustannusjohtajuutta tai differointia, sillä muuten asiakkaat edelleen valitsevat kilpailevan tuotteen. Porterin kuvan 3.4 mukaisessa asemointistrategiassa on tärkeää toteuttaa järjestelmällisesti valittua strategiaa. Selkeän asemoitumisen puuttuessa yritys ei pyri käyttämään mitään esitetyistä asemista hyväkseen vaan juuttuu niin sanotusti välitilaan, joka on vahingollisin vaihtoehto (Peltonen, 2007, s. 67).



**Kuva 3.4** Porterin (1980) kolme perusstrategiaa kilpailuedun saavuttamiseksi

Kolmen perusstrategian taustalla on ajatus siitä, että yrityksen tulee saavuttaa valitulla kilpailukentällä strategian avulla kilpailuetua (Porter, 1985, p. 25). Porterin (1985) ajatus yrityksen kilpailuedusta perustuu viime kädessä luotuun asiakasarvoon. Porterin (1985) ajatuksen mukaan yrityksen tulee pystyä tarjoamaan asiakkaalle arvokkaampaa tuotetta kuin kilpailijoiden. Huberin et al. (2001, p. 41) mukaan asiakasarvo voi muodostua joko edullisuudesta tai erinomaisuudesta. Asemointikoulukunnan mukaan strateginen suunnittelu on yrityksen eri liiketoimintojen asemien strategista suunnittelua (Puolamäki & Ruusunen, 2009, s. 29).

Ainutlaatuisuus differointistrategiana ei ole toimiva, ellei ainutlaatuisuus ole asiakkaalle arvokasta. Menestyvän differoitsijan tulee löytää keinoja joilla voidaan tuottaa asiakkaalle arvoa edullisemmin, kuin tuottaminen aiheuttaa yritykselle kustannuksia (Porter, 1985, p. 164). Porter (1985) rinnastaa kuluttajien arvoketjun yritysten arvoketjuun. Porterin (1985) mukaan yritysten tulee ymmärtää mihin kotitaloudessa liittyviin toimintoi-



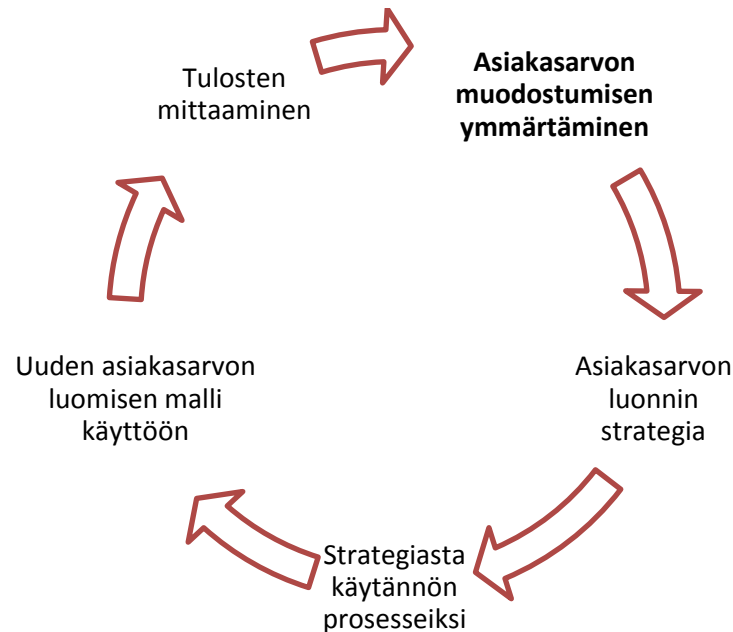
hin, heidän myymänsä tuote liittyy, jotta he voivat arvioida sen tuottamaa lisäarvoa kulluttajalle.

Asiakasarvon luomista pidetään jatkuvan menestyksen ja kilpailuedun muodostumisen ehtona (Khalifa, 2004). Strategiat, jotka keskittyvät asiakasarvon luomiseen pakottavat yrityksen kohdistamaan resursseja nimenomaan asiakasarvon luomiseen, eikä oman operatiivisen toiminnan tehostamiseen. (Zeithaml, 1988, p. 18). Grönroosin (2009, p. 9–10) mukaan yrityksen jatkuvan menestymisen ehtona on luoda asiakkaalle hänen odottamaansa arvoa. Yritykset voivat pärjätä kilpailussa ainoastaan toimittamalla asiakkaille ylivertaista arvoa kannattavasti (Kotler & Keller, 2009, p. 34). Yrityksen tehtävä on luoda asiakkaille arvoa, jos se ei pysty täyttämään tehtävää sen olemassaolo ei ole perusteltua (Groth, 1994). Kotler ja Keller (2009, p. 34) ovat jakaneet arvon luonnin kolmeen vaiheeseen:

1. Markkinoiden segmentointi, tarjoaman kohdistaminen ja arvolupauksen ase-  
mointi (kenelle ja mitä?)
2. Arvon tuottaminen (tuotteen ominaisuuksien valinta, hinta sekä jakelu)
3. Arvon viestiminen (erinomainenkaan tuote ei myy, jos asiakas ei tiedä, kuinka  
hän siitä hyötyy)

Useilla aloilla tuotteet ja palvelut ovat hyvin samanlaisia, joten erottautuminen kilpailijoista voi olla vaikeaa. Tämän vuoksi on tärkeää keskittyä juuri siihen mitä asiakkaat todella haluavat (Thompson, 1998, p. 17). Zeithamlin (1988) tutkimuksessa selvisi, että perheiden äideille yksi arvokkaimmista tekijöistä mehua valitessa oli mehun väri, sillä lapset saattoivat juoda vain tietyn värisiä mehuja. Yritysten kehitys- ja markkinointiosastojen tulisi ymmärtää millä perusteella asiakkaat tekevät lopullisen ostopäätöksen, jotta kehitys- ja markkinointitoiminta osattaisiin kohdistaa oikein. Asiakkaiden näkemykset laadukkaista tuotteista ja siten niiden luomasta arvosta vaihtuvat kuitenkin ajassa, joten vanhoihin mittareihin ei kannata luottaa liikaa, vaan asiakkaiden arvostamia tekijöitä tulee kartoittaa jatkuvasti. Asiakkaiden toiveet voivat erota siitä, mitä johto kuvittelee asiakkaiden haluavan (Woodruff, 1997). Jotta yritys pystyy luomaan asiakkaalle mahdollisimman paljon lisäarvoa, tulee johdolla olla tiedossa, mitä asiakkaat todella arvostavat.

Asiakasarvon ymmärtäminen ei vielä itsessään tuota yritykselle mitään, vaan asiakasarvon muodostaminen pitää pystyä muuttamaan kannattavaksi liiketoiminnaksi. Woodruff (1997) ehdottaa kuvan 3.5 mukaista kehityssykliä asiakasarvon tuomiseksi liiketoiminnan ytimeen.

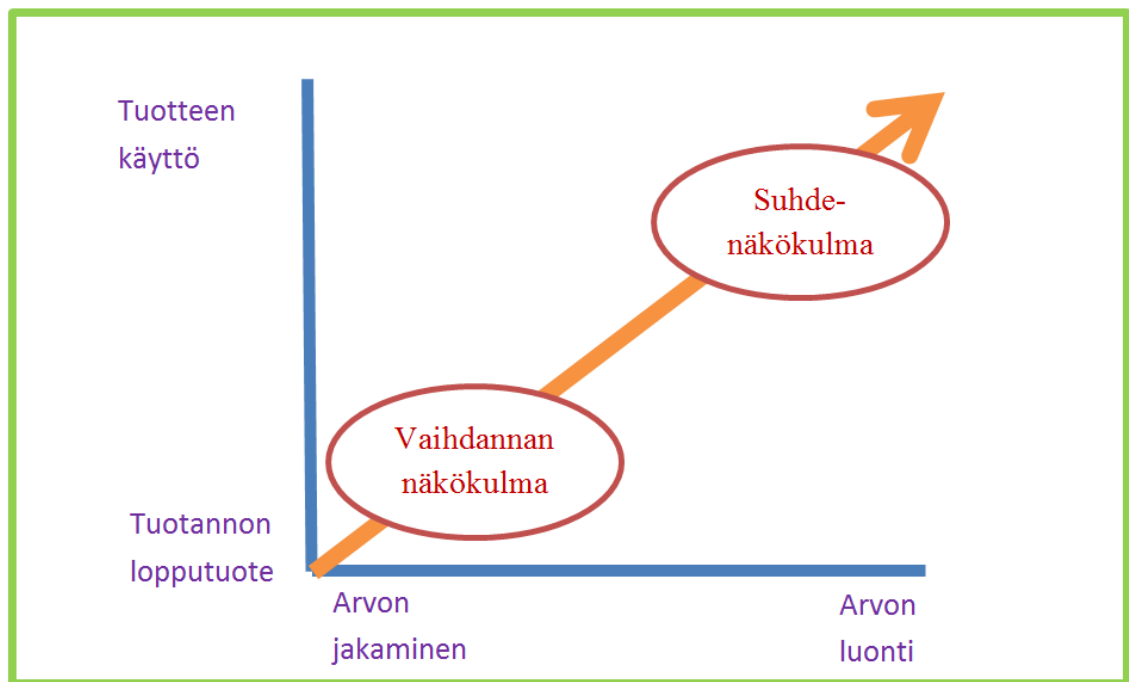


**Kuva 3.5** Asiakasarvon luonnin tulisi olla strategian laatimisen lähtökohtana (Woodruff, 1997, p. 147)

Yrityksen strategian laadinnan lähtökohtana on omistaja-arvon maksimoiminen. Tästä huolimatta strategia tulisi laatia ennen kaikkea asiakkaiden näkökulmasta, sillä asiakasarvon luonti on kestäväen omistaja-arvon kasvattamisen lähtökohta. (Khalifa 2004, pp. 646–647) Grönroos (2007, p. 10) toteaaakin, että asiakasarvon tuottaminen on ehtona yrityksen omistajien vaatimille tuotoille. Alfred Chandler totesi jo 1960-luvulla: ”structure follows strategy (rakenne seuraa strategiaa)” tarkoittaen, että yrityksen organisaatiorakenteiden tulee seurata strategisia päätöksiä, eli sitä kuinka markkinoilla luodaan asiakkaalle arvoa. (Tikkanen et al. 2007, s. 74–75.) Porterin asemoitumismalleissa yrityksen valittu asemoituminen määrää organisaatiorakenteen. Kustannusjohtajuutta tavoittelevalla yrityksellä tulee olla erilainen organisaatiorakenne, kuin uusilla innovaatioita aktiivisesti etsivällä yrityksellä (Peltonen, 2007, s. 70–71).

Grönroosin (2007, p. 4) mukaan asiakkaat eivät osta tuotteita eivätkä palveluja vaan hyötyjä, joita tuotteet tai palvelut heille tuottavat. Myös Tikkanen et al. (2007, s. 45) toteavat, että perinteinen jako tuotteisiin ja palveluihin ei enää vastaa todellisuutta. Grönroos (2007) väittääkin, että viime kädessä jokainen yritys myy palveluja. Grönroosin (2007) ajatuksen mukaan asuntoja vuokraava yritys vuokraa itse asiassa asumista ja kodin tuntua, ei seiniä, kaappeja ja saunoja. Palveluilla Grönroos (2007) viittaa palveluihin, joita tuote tai ostettu palvelu tuottaa asiakkaalle. Grönroosin mukaan yritykset eivät voi luoda tuotteisiin arvoa, vaan arvo muodostuu käyttäjälle vasta, kun hän käyttää tuotetta tai palvelua. Asiakkaat eivät etsi markkinoilta tuotteita tai palveluja, vaan ratkaisuja, jotka voivat muodostaa heidän elämänsä jotain lisäarvoa. (Grönroos 2007, p. 4.) Myös Doyle (1989, p. 78; Khalifa 2004 mukaan) toteaa, että arvo ei ole sitä mitä yritys sisällyttää tuotteeseen vaan arvo on sitä mitä asiakas saa tuotteesta ulos.

Shethin ja Parayarin (1995, ks. myös Grönroos, 2007) mukaan asiakasarvon luonti on kehittynyt kuvan 3.6 mukaan vaihdannasta suhdenäkökulmaan. Vanhan ajattelun mukaan yritys ikään kuin istutti tuotteeseen arvoa ja keskittyi jakamaan tätä arvoa mahdollisimman laajasti markkinoilla, arvo oli tuotannon lopputuotteessa. Suhdenäkökulman mukaan asiakasarvo muodostuu vasta, kun asiakas käyttää tuotetta tai palvelua. Asiakas luo itselleen arvoa yrityksen tuotteen tai palvelun avulla.



**Kuva 3.6** Asiakasarvon luonnin logiikan kehittyminen vaihdannasta asiakassuhteeseen (mukaillen Sheth & Parvatiyar, 1995; ks. Gronroos, 2007, p. 27)

Suhdenäkökulma tarkoittaa yhteistyötä koko tuotteen arvoketjussa alihankkijoilta loppukäyttäjälle, jossa kaikki pyrkivät maksimoimaan loppukäyttäjän kokeman arvon. Näin itse tuotteesta tulee asiakkaalle arvokas. Suhdenäkökulman mukaan asiakkaan ei tarvitse valita tuotetta erilaisten arvolupausten perusteella vaan hän voi olla itse mukana kehittämässä tuotetta, joka luo hänelle arvoa. Autoteollisuus on onnistunut tässä melko hyvin, sillä Henry Fordin mustista T-malleista ala on kehittynyt jo niin pitkälle, että asiakas voi kustomoida oman auton internetissä. BMW tarjoaa internetissä auton suunnitteluhjelmaa, jossa kuka tahansa voi rakentaa unelmiensa BMW:n mistä tahansa malleista millä tahansa ominaisuuksilla (BMW, 2011).

Yhdessä luodusta tuotteesta tai palvelusta, joka luo asiakkaalle arvoa käytössä, voi muodostua asiakkaalle kaikkein arvokkain. Yritykset voivat todennäköisesti rahastaa asiakkaiden arvostamalla tuotteella enemmän, jolloin siitä muodostuu myös yrityksille arvokas tuote tai palvelu (Sheth & Parvatiyar, 1996, p. 399). Älypuhelimet ovat hyvä esimerkki tuotteista joita yritys ja käyttäjät kehittävät yhdessä. Periaatteessa yritykset

valmistavat valmiita puhelimia, mutta jokainen käyttäjä voi kehittää puhelintaan ja luoda itselleen arvoa lataamalla itselleen tärkeitä ohjelmia Internetistä. Puhelin, jonka ominaisuuksia käyttäjä ei osaa tai halua käyttää ei luo asiakkaalle arvoa.

Koska asiakasarvon luominen on tärkeää, yritysten kannattaa etsiä tietoa siitä, mikä luo asiakkaille arvoa. Menestyksessä liiketoiminta onkin aina perustunut relevantin tiedon keräämiselle ja hyväksikäyttämiseksi (Tikkanen et al. 2007, s. 52). Helppointa on kysyä asiakkailta suoraan, mitä ja kuinka paljon he arvostavat. Toissijaista tietoa asiakasarvosta voidaan saada monesta eri lähteestä kuten asiakasvalituksista, kilpailija-analyyysien avulla, asiakkaiden luona vieraillessa, myyntihenkilöstön palautteen perusteella, makrotalouden ajureiden perusteella, jne. Kuvaan 3.7 on koottu esimerkkilähteitä, joista vuokra-asuntoja välittävä yritys voi etsiä tietoa mikä luo asukkaille arvoa. (Woodruff, 1997, pp. 146–147)

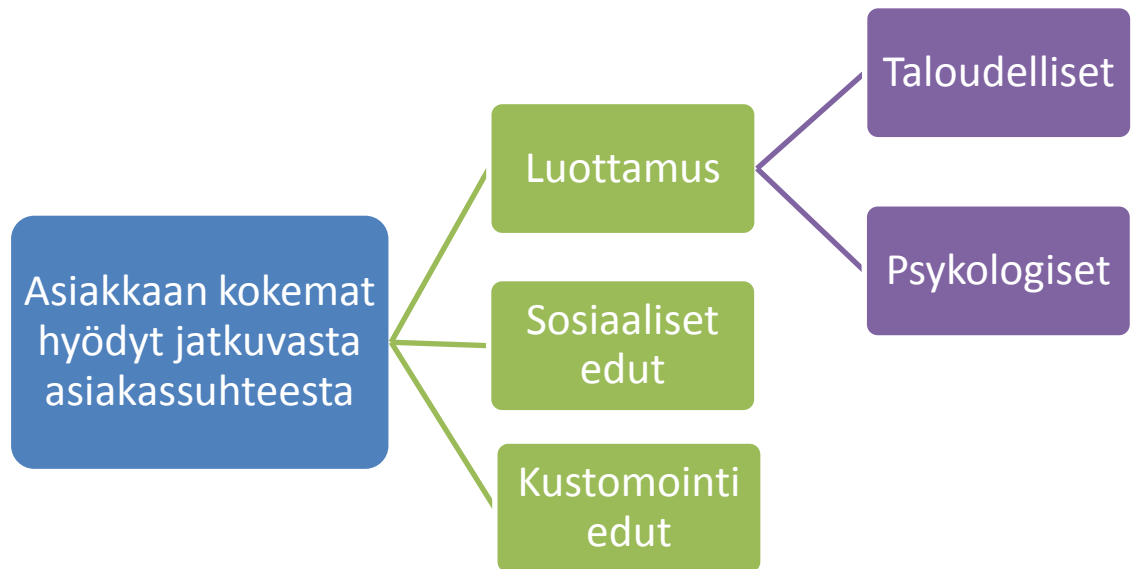


**Kuva 3.7** Asumisen asiakasarvon lähteet (mukaillen Woodruff, 1997, p. 147)

Asiakastyytyväisyys on erittäin tärkeää kannattavan liiketoiminnan varmistamiseksi. Sillä ensinnäkin tyytyväisyys ostokseen saa asiakkaan suuremmalla todennäköisyydellä uusimaan ostoksensa ja suosittelemaan ostamaansa tuotetta tai palvelua myös eteenpäin. Toisekseen asiakastyytyväisyys luo uskollisuutta yritykseen ja asiakasuskollisuuden ja yrityksen tuloksen on todettu olevan vahvasti riippuvaisia toisistaan. Myös tyytyväisyyden tasolla on suuri merkitys asiakkaiden lojaaliuteen, sillä erittäin tyytyväiset asiakkaat uusivat ostoksensa melko tyytyväisiä huomattavasti useammin. (Khalifa, 2004, p. 645–646) Paras keino varmistaa asiakkaiden tyytyväisyys on tuottaa heille ylivoimasta arvoa, sillä luotu asiakasarvo ja asiakastyytyväisyys korreloivat keskenään (Woodruff, 1997, p. 142).

Yritykset hyötyvät jatkuvista asiakassuhteista, sillä jatkuvuus turvaa tulevat kassavirrat. Myös asiakkaat hyötyvät jatkuvista asiakassuhteista usealla eri tavalla (Gwinner et al. 1998). Kuva 3.8 esittää asiakkaiden kokemia hyötyjä pitkäaikaisista asiakassuhteista palveluyritysten kanssa. Luottamustekijät, jotka voidaan jakaa kahteen osaan psykologisiin ja taloudellisiin, ovat kaikkein tärkeimpiä asiakkaille. Asiakkaille on tärkeää, että he tietävät saavansa odottamaansa palvelua, eikä heidän tarvitse hermoilla asiasta. Myös taloudellinen varmuus on tärkeää. Taloudellisuudella on kaksi osatekijää:

1. Jatkuvassa asiakassuhteessa asiakkaat saavat usein taloudellisia etuja, joissain yrityksissä on erillisiä kanta-asiakasohjelmia ja toisissa etuja annetaan vakioasiakkaille ilman varsinaisia suunnitelmia.
2. Asiakkaat kokevat taloudellista varmuutta asioidessaan tutulla palvelun tuottajalla. Tuttu palveluntuottaja ei ainakaan tee huonoa jälkeä, josta voi koitua asiakkaalle taloudellisia tappioita myöhemmin.



**Kuva 3.8** Asiakkaat hyötyvät pitkäaikaisista asiakassuhteista palveluyritysten kanssa monin tavoin (Gwinner et al. 1998)

Asumispalvelua tarjoavat yritykset eivät yleensä tarjoa taloudellisia etuuksia erityisesti pitkäaikaisille asiakkailleen, vaan esimerkiksi SATO:n tarjoamat taloudelliset etuudet ovat samat kaikille asukkaille (Sato, 2012). Asukkaan kokemat hyödyt jatkuvasta asiakassuhteesta ovatkin usein psykologisia, sosiaalisia ja joissain tapauksissa kustomointitietoja.

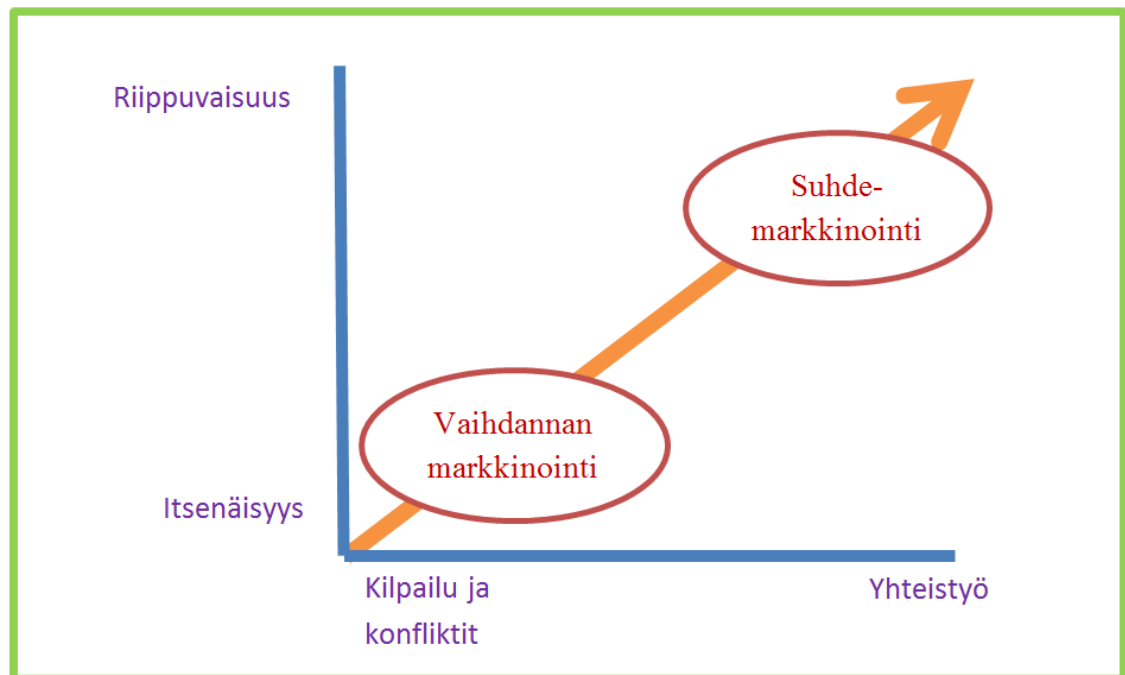
### 3.3 Asuntojen markkinointi

Markkinointi vaatii ymmärrystä ja osaamista asiakasarvon syntymisestä, arvon luomisesta, arvon toimittamisesta, asiakasarvon myymisestä ja arvon ylläpidosta (Kotler & Keller, 2009, p. 39). Markkinointi kattaa siis kaikki toiminnot, joiden tarkoituksena on tuottaa asiakkaalle lisäarvoa. Asuntorakentamisessa markkinoinnin käsite kattaa siis koko rakennuksen elinkaaren aikana tapahtuvat toiminnot suunnittelupöydältä rakennuksen purkamiseen. Yhtenä markkinoinnin haasteena on sen mitattavuus. Kirjallisuudessa puhutaan markkinointi-investointien tuotoista joiden mittaaminen voi olla äärimmäisen vaikeaa (Reynolds & Phillips, 2005). Markkinoinnilla on varmasti satoja määritelmiä. Tikkanen et al. (2007) toteavatkin, että ”markkinoinnin määritelmiä on yhtä monta kuin on markkinoinnista kirjoittaviakin”. Markkinointi tai sen tehtävät on määriteltä muun muassa seuraavasti:

- Markkinoinnin tarkoituksena on kattaa asiakkaan tarpeet ja halut (Kotler & Keller, 2009, p. 34)
- Markkinoinnin tarkoitus on myös luoda yritykselle kilpailuetua luomalla arvoa asiakkaiden mielessä (Reynolds & Phillips, 2005)
- ”Markkinointi on yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen ja johtamiseen liittyvien asiakas-, toimittaja- ja muiden verkostosuhteiden systemaattista johtamista haluttujen intressien edistämiseksi ja toiminnallisten tavoitteiden asettamiseksi ja saavuttamiseksi” (Tikkanen et al. 2007, s. 18)

Perinteinen vaihdannan näkökulma asiakasarvon luomiseen on tarkoittanut sitä, että yritys on luonut asiakasarvoa tehtaalla tai toimistossa valmistaessaan tuotetta. Arvo on ikään kuin istutettu tuotteeseen, jolloin myös markkinointi on keskittynyt ajatukseen arvon jakamisesta. Markkinoinnin tehtävä on siis ollut levittää tuotteeseen istutettua arvoa mahdollisimman tehokkaasti markkinoilla. Markkinointia on perinteisesti ajateltu neljän P:n mallin mukaan, jossa yritys on kehittänyt liiketoimintatilanteeseen parhaiden sopivan mallin neljän markkinoinnin kilpailukeinon suhteen, jotka ovat: tuote (*eng. product*), hinta (*eng. price*), jakelutie (*eng. place*) ja promootiotoimenpiteet (*eng. promotion*) (Tikkanen et al. 2007, s. 58). Tämä neljän P:n malli on selvästikin kehittynyt vaihdannassa syntyvän asiakasarvon pohjalta. Suhdenäkökulman mukaan asiakasarvo muodostuu vasta, kun asiakas käyttää tiettyä tuotetta. Näkökulma on siis siinä, kuinka asiakas käyttää tuotetta ja kuinka hän saa luotua tuotteesta itselleen arvoa (Grönroos, 2007, p. 27). Valmistajalleen arvokas tuote ei luo asiakkaalleen mitään lisäarvoa, jos tuotetta ei käytetä.

Liiketoimintojen kehittyminen suhdenäkökulmaan, jossa arvo syntyy vasta käyttäjällä, on muuttanut myös markkinoinnin näkökulmaa, kuvan 3.9 lailla. Aikaisemmin markkinoinnin tehtävä oli saada tuotetta tai palvelua myytyä mahdollisimman tehokkaasti, kun suhdemarkkinoinnissa asiakas ja myyjä kehittävät tarjoamaa ja yrittävät löytää asiakkaalle lisäarvoa tuottavia ratkaisuja yhdessä. (Grönroos, 2007, pp. 26–29)



**Kuva 3.9** Markkinoinnin kehittyminen vaihdannasta, asiakassuhteen kehittämiseen (Sheth & Parvatiyar, 1995; ks. myös Grönroos, 2007)

Vaihdantamarkkinoinnissa asiakas ja myyjä ovat lähtökohtaisesti eripuolilla ja myyjän tarkoitus on saada asiakas ostamaan tuote. Markkinoijan näkökulmasta hän yrittää saada asiakkaan suostuteltua ostamaan tuotteen eli asiakas on markkinoijan objekti, kun suhdemarkkinoinnissa markkinoija tekee työtä asiakkaan puolesta eli asiakkaasta tulee markkinoijan kanssa aktiivinen subjekti. Suhdemarkkinoinnissa asiakkaalle pyritään luomaan arvoa yhdessä. (Grönroos, 2007, pp. 27–29)

Yritykset suorittavat usein asiakasarvoanalyysyjä kartoittaakseen omia vahvuuksia ja heikkouksia asiakasarvon luomisessa (Kotler & Keller, 2009, p. 122). Asiakasarvoanalyysin vaiheet ovat:

1. Asiakasarvon tunnistaminen
2. Asiakasarvon tekijöiden kvantitatiivinen mittaaminen
3. Yrityksen suoriutuminen arvon tuottamisessa suhteessa kilpailijoihin
4. Yrityksen arvon tuottamisen onnistumisen mittaaminen asiakaskyselyllä
5. Jatkuva arvoanalyysin kehittäminen ja mittaaminen

Asuminen on perustarve. Tarpeet ovat tekijöitä, joita ihmiset tarvitsevat selviytyäkseen. Ihmiset tarvitsevat ruokaa, happea, lämpöä ja suojaa. Ihmisillä on myös tarve saada toetuttaa itseään, kouluttautua ja pitää hauskaa. Tarpeista muodostuu haluja, kun ne suunnataan, johonkin tiettyyn asiaan joka tyydyttää tarpeen. Hampurilainen voi tyydyttää nälän samoin kuin banaanit. Tuotteiden kysyntä muodostuu markkinoilla halujen ja

maksukyvyyn mukaan. Luksustuotteilla on varmasti paljon enemmän halujia, kuin maksuhalukkaita asiakkaita. (Kotler & Keller, 2009, p. 12)

Kotler ja Keller (2009) ovat jakaneet tarpeet viiteen osa-alueeseen (suluissa sovellus):

1. Lausutut tarpeet (tarvitsen tilavan asunnon)
2. Todelliset tarpeet (tarvitsen lisää säilytystilaa)
3. Äänen lausumattomat tarpeet (odotan saavani hyvää palvelua)
4. Ilahdutus tarpeet (haluan, että saan kaupan yhteydessä jotain ekstraa)
5. Salaiset tarpeet (haluan viestiä ostoskäyttäytymiselläni jotain)

Arvontuotantoprosessit tulisi nähdä markkinoinnin suunnittelussa keskeisenä kriteerinä (Tikkanen et al. 2007, s. 44). Asuntojen markkinoinnissa ja myynissä tulisi pystyä tunnistamaan asiakkaiden tarpeita ja auttaa asiakasta ymmärtämään mitä he haluavat (Kotler & Keller, 2009, p. 13). Isompaa asuntoa etsivä pariskunta saattaa tarvita vain lisää säilytystilaa, jolloin samankokoinen asunto suuremmalla varastolla ajaa hyvin saman asian. Asuntojen markkinoitsijoiden haasteena on tunnistaa myös piileviä tarpeita ja pystyä tyydyttämään niitä. Asiakkaan tarpeisiin ja etenkin haluihin liittyy voimakkaasti psykologisia tekijöitä. Markkinoinnin pulmat eivät usein olekaan kvantitatiivisia, vaan psykologisilla tekijöillä voi olla suuri merkitys (Haverila et al. 2005, s. 221). Ekologisuus on nouseva megatrendi ja todennäköisesti yhä useampi ihminen halua viestiä myös asunnollaan olevansa ympäristötietoinen. Asumisen halutaankin olevan ekologista (Kananen & Tyvimaa, 2011), mutta kuluttajien maksuhalukkuus ekologisuudesta asumisen suhteen on toistaiseksi selvittämättä. Markkinoinnin kokonaisuuden ymmärtämiseksi onkin hahmotettava kaikki toimintaprosessit, joilla tuotetaan asiakkaille lisäarvoa sekä yrityksen sisällä, että sen toimintaverkostossa (Tikkanen et al. 2007, s. 65).

Markkinoinnin tehtävänä on selvittää asiakkaiden tarpeita ja haluja, kehittää näihin ratkaisu, hinnoitella ratkaisu, viestiä ratkaisusta asiakkaalle ja saattaa ratkaisu asiakkaan saataville yrityksen näkökulmasta kannattavasti (Haverila et al. 2005, s. 221). Yritykset viestivät asiakkaiden tarpeiden täyttävistä ratkaisuksista arvolupauksilla. Arvolupaus sisältää hyödyt, joita asiakas saa valitessaan juuri kyseisen yrityksen tuotteen. Liitteenä 6 on erilaisia asuntoja tarjoavien yritysten arvolupauksia. Arvolupaus konkretisoituu yrityksen tarjoamassa (*eng offering*). Pitkäaikaisella arvolupausten täyttämällä on mahdollisuus rakentaa menestyvä brändi. Esimerkiksi Volvo on onnistunut rakentamaan voimakkaan mielikuvan turvallisuudesta valmistamalla turvallisia autoja vuosien ajan. (Kotler & Keller, 2009)

Kotlerin ja Kellerin (2009, p. 124) mukaan asiakkaat odottavat tuotteilta vastaavuutta odotuksiin. Markkinoinnin haasteena on viestiä yrityksen tarjoamasta oikealla tavalla, sillä jos asiakkaiden mielikuvat tarjoamasta ovat paremmat, kuin itse tarjoama on, asiakkaat pettyvät. Jos taas mielikuvat ovat huonompia kuin itse tarjoama on, asiakkaat eivät osta tuotetta (Kotler & Keller, 2009, pp. 124–125). Yritysten tulisi markkinoinnin



keinoin varmistaa, että asiakkaiden odottama ja kokema arvo olisivat mahdollisimman lähellä toisiaan. Odotetun asiakasarvon täyttäminen on keino varmistaa yrityksen jatkuva menestys (Huber et al. 2001, p. 43).

Yritykset markkinoivat tuotteitaan ja palvelujaan eri medioissa ja tapahtumissa, mutta vaikuttavin markkinointiväylä on kuitenkin suusta suuhun markkinointi. Luotettavalta ihmiseltä saatu suositus on kaikkein tehokkain markkinoinnin väylä. (Bughin et al. 2010.) 80 % suusta suuhun markkinoinnista tapahtuu edelleen kasvotusten, vaikka sosiaaliset mediat kuten Facebook ja MySpace mahdollistavat aivan uudenlaisen suusta suuhun markkinoinnin. Hyvät ja huonot kokemukset eri tuotteista ja palveluista leviävät suurelle ystäväpiirille reaaliajassa (Kotler & Keller, 2009, p. 546.) Kuluttajat tekevät sitä enemmän vertailua vaihtoehtojen kesken, mitä suuremmasta hankinnasta on kyse (Peter & Olson, 1996, p. 101, Kaitasuo, 2008 s. 10, mukaan). Suusta suuhun markkinointi onkin kaikkein tehokkainta juuri silloin, kun kuluttajat tekevät kalliita hankintoja tai ostavat jotain ensimmäistä kertaa.

Leen (1966) tekijöihin perustuva muuttomalli tarjoaa erilaisen näkökulman asuntojen markkinointiin. Leen (1966, pp. 49–50) mukaan muuttoon vaikuttaa aina neljä tekijää:

1. Lähtöpaikan tekijät
2. Määränpään tekijät
3. ”Välissä olevat” tekijät, jotka vaikuttavat mahdolliseen muuttoon kuten välimatka
4. Henkilökohtaiset tekijät

Asuinpaikan vaihtaminen on yleensä aina kiinni kaikista neljästä tekijästä. Jokin syy kuten henkilökohtaiset tekijät voivat dominoida, jos muuton syynä on työpaikan vaihto. Lee (1966) tarkoittaa lähtöpaikan ja määränpään tekijöillä yksilöiden kokemia asioita nykyisestä ja tulevasta asuinpaikastaan. Luultavasti yksilöiden havainnot ja kokemukset erilaisista tekijöistä ovat erilaisia, sillä ihmisten tiedot ja taidot käsittää kaikkia muuttoon vaikuttavia tekijöitä ovat erilaisia. Myöskään markkinoilla oleva informaatio ei ole täydellistä ja jokainen muuttoa aikova yksilö ei osaa etsiä kaikkea oleellista tietoa. (Lee, 1966, p. 51)

Tyvimaa ja Gibler (2011) ovat tutkineet suomalaisten seniori-ikäisten pull-tekijöitä senioriasuntoon muutettaessa. Pull-tekijät voidaan rinnastaa Leen (1966) mallin määränpään positiivisiksi ominaisuuksiksi ja vastaavasti push-tekijät lähtöpaikan negatiivisiksi ominaisuuksista. Tyvimaan ja Giblerin (2011) tutkimuksissa suomalaisten seniorien tärkeimpiä pull-tekijöitä olivat ruokakaupan läheisyys, terveyskeskus ja julkinen liikenne. Tyvimaa ja Kemp (2010) ovat jakaneet push- ja pull-tekijät kolmeen osaan henkilökohtaisiin ja sosiaalisiin, fyysisiin sekä yhteisöllisiin. Tyvimaan ja Kempin (2010) tutkimuksen mukaan suomalaisten seniorien yleisimpiä push-tekijöitä muutettaessa olivat sosiaaliset syyt kuten yksinäisyys sekä vanhan talon tai asunnon liian suuri työtaakka.

Suomalaiset seniorit asuvat pääosin vanhoissa 1940–70-luvuilla rakennetuissa taloissa, jotka vaativat paljon huoltoa, joissa ei ole hissiä ja joiden esteettömyys voi olla ongelmallista (Välikangas, 2006, s. 14). Tyvimaan ja Kempin (2010) tutkimuksessa suomalaisten senioreiden yleisimmiksi pull-tekijöiksi nousivat palvelut, aktiviteetit ja hyvä sijainti. Hyvä sijainti on pull-tekijänä erikoinen käsite, sillä jokainen määrittelee ”hyvän sijainnin” omien preferenssiensä mukaan.

Yhteiskäyttötilat voivat olla sekä push-, että pull-tekijänä kaikissa Tyvimaan ja Kempin (2010) kolmessa kategoriassa. Ahdas asunto ja varastotilan puute saattaa ajaa perheen muuttamaan asuntoon tai taloyhtiöön, jossa on paljon varastotilaa. Joku saattaa kaivata asumiseen enemmän yhteisöllisyyttä, jota hyvät yhteiskäyttötilat mahdollisesti luovat. Yhteiskäyttötilat voivat myös tukea ihmisten harrastuksia, jolloin ne voivat toimia hoiduttimina eli pull-tekijöinä.

Asuntojen markkinoinnissa tulee positiivisten tekijöiden lisäksi huomioida mahdolliset negatiiviset ominaisuudet. Ainakin investointihyödykkeiden kaupassa ostaja ei välttämättä suvaitse negatiivisia tekijöitä lainkaan, vaan tekee ostoalinnan tuotteiden kesken ensin rajaamalla pois vaihtoehdot, jotka sisältävät syystä tai toisesta negatiivisia tekijöitä ja sen jälkeen vertaa hyväksymiään vaihtoehtoja keskenään niiden hyötyjen perusteella. Tätä ostokäyttäytymistä kuvaavaa mallia kutsutaan negatiivisvalintamalliksi. (Rinne, 1989.) Jos kuluttajat vaativat tulevalta asunnoltaan yhteiskäyttötiloja, saattaa yhteiskäyttötilat muodostaa tällaisen negatiivisvalintamallin. Yhteiskäyttötilojen perusteella ei siis välttämättä tehdä ratkaisua asunnon ostamisesta, mutta niiden vähyys saattaa aiheuttaa sen, että mahdollinen ostaja hylkää kohteen.

### **3.4 Asunto ja yhteiskäyttötilat investointina**

Periaatteessa yritystoiminta on yksinkertaista, siinä tehdään investointeja, jotka tuottavat enemmän kuin niiden rahoittamisesta aiheutuu kustannuksia (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 15). Investoinnin sitoma pääoma on yleensä suuri ja tulon odotusaika pitkä (Pellinen, 2005, s. 170; Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 100; Suomala et al. 2011, s. 152). Asuntorakentaminen ja siihen liittyvä yhteiskäyttötilojen rakentaminen vaatii yritykseltä aina suurta rahallista panostusta. Ennen investointipäätöstä tehdyt oletukset ja laskelmat ovat avainasemassa yrityksen menestymisen kannalta. Asuntoihin liittyvät yhteiskäyttötilat ovat eräänlainen sivuinvestointi, jonka kannattavuutta rakennuttajan tulee arvioida.

Yritykset joutuvat tekemään investointipäätöksiä epävarmoissa olosuhteissa. Asuntosijoittaminen on erittäin epävarmaa, sillä asuntojen hinnat ovat alttiita markkinoilla tapahtuviin muutoksiin. Samalla asuntosijoittaminen vaatii pitkää aikajännettä, sillä asuinrakennusten elinkaari on vuosikymmeniä. Asuntosijoittaja joutuu sietämään melkoisen epävarmuuden, kun sijoitukseen liittyy riski vuosikymmenien päästä tapahtuvasta talouskriisistä. 1990-luvun alun laman aikana asuntojen hinnat laskivat Suomessa keski-

määrin noin 50 % (SVT: Asuntojen hinnat, 2011). Asuntojen hintojen lasku ei kuitenkaan tarkoita sijoittajalle tappiota, jos asunto on vuokrattu, ja jos myyntihinnan lasku ei suoraan heijastu perittävään vuokraan.

Kasanen et al. (1993) jakavat investoinnit strategisiin ja operationaalisiin. Strategisten investointien tarkoituksena on luoda uutta liiketoimintaa, kun operatiivisen investointien tarkoituksena on varmistaa yrityksen kannattavuus nykyisellä toimintatavalla. Päätös siitä mitkä investoinnit toteutetaan, tulisi perustua yrityksen omistajien tuottovaatimukseen (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 100). Investoinneilla voi luonnollisesti olla myös muita tavoitteita, kuin suorat tuotot sillä investointeja ei aina voida arvottaa euromääräisesti. Tällaisten investointien tulee aina toteuttaa valittua yrityksen strategiaa. Yritys voi tyytyä myös matalatuottoisiin investointeihin, jos sen tavoitteena on maltillinen kasvu ilman suuria riskejä (Pike & Neale, 2003, p. 171). Koulutusinvestoinnin tuottoja voi olla vaikea arvioida, mutta tietyt koulutukset ovat välttämättömiä henkilöstön osaamisen kannalta. Investointeja tulisikin pystyä mittaamaan myös ei-rahallisesti, sillä pelkästään tuloksen tekemiseen keskittynyt investointien johtaminen voi vaarantaa yrityksen pitkäaikavälin tuloksentekokyvyn (Pellinen, 2005, s. 176).

Aineettomien voimavarojen kuten osaamisen ja asiakassuhteiden laatua on usein hankala mitata pelkästään rahallisesti. Näiden mittaamiseen tulisikin kehittää ei-rahallisia mittareita, jotta voidaan varmistaa yrityksen jatkuva oppiminen ja tuloksentekokyky myös tulevaisuudessa (Pellinen, 2005, s. 176). Kasanen et al. (1993, s. 75) mukaan yrityksen arvoa ei pitäisi maksimoida arvioimalla jokaisen investoinnin nykyarvoa, vaan investointeja tulisi arvioida myös muista näkökulmista. Tutkimus- ja kehitysprojekteista saatavaa olla paljon hyötyä, vaikka varsinaista tavoitetta ei saavutettaisikaan ja toisaalta T&K projektin alkaessa varsinainen tavoite ei välttämättä edes ole selvillä. T&K -investointien mittaaminen onkin reaali-investointeja vaikeampaa. Yritykset pyrkivät kuitenkin mittaamaan T&K -investointien vaikuttavuutta sekä saavuttaakseen konkreettisia tuloksia, että motivoidakseen työntekijöitä. (Chiesa et al. 2009.)

Investointiprosessi voidaan jakaa seitsemään vaiheeseen. Vaiheiden tunnistamisen avulla investointiprosesseja on helpompi ohjata (Kasanen et al, 1993; ks. myös Pellinen 2005, s. 171–173). Investointiprosessin seitsemän vaihetta ovat:

1. Investointien strategiakytkentä
2. Investointien etsiminen
3. Investointien kehittäminen ja eteenpäin vieminen
4. Investointien taloudellinen analyysi
5. Investointien rahoitus
6. Investointien hyväksymispäätös
7. Investointien valvonta

Yritysten tulee pystyä tekemään parempaa tulosta, kuin omistajien vaihtoehtoisten sijoitusten tuotto-odotus on, sillä muussa tapauksessa sijoittajat sijoittavat rahansa muualle. (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 101). Periaatteessa sijoituskohteen tulee olla sijoittajan mielestä paras vaihtoehto kaikista markkinoilla olevista vaihtoehtoista, jotta sijoittaja sijoittaisi tähän rahaa. Toisaalta sijoittajat hakevat turvaa hajauttamalla sijoituksiaan eri kohteisiin, jolloin myös pienemmän tuotto-odotuksen yhtiöt voivat kiinnostaa sijoittajia. Yritykset arvioivat investointeja samoin kuin sijoittajat yrityksiä. Yritysten kannattaa aina sijoittaa kohteeseen, josta on saatavissa mahdollisimman hyvä tuotto. Myös yritykset voivat hakea toiminnalleen turvaa hajauttamisen avulla.

Investointien tueksi suoritettava investointilaskelma tehdään, jotta mahdollisia investointeja voidaan verrata keskenään. Investointilaskelmien lähtöarvot ovat joko laskettavissa tai ne pitää arvioida erikseen (Suomala, et al. 2011, s. 153). Investointilaskennan lähtöarvoja ovat perushankintakustannus, vuotuinen kassavirta, investoinnin pitoaika, investoinnin jäännösarvo ja laskentakorkokanta. (Suomala et al. 2011, s. 153.) Investoinnin jäännösarvolla tarkoitetaan arvoa, joka investoinnilla on pitoajan lopussa. Rakennuksen pitoaikana voidaan nähdä olevan koko rakennuksen elinkaari, tai vastaavasti voidaan ajatella, että rakennuksen pitoaika on esimerkiksi 50- vuotta, jolloin sillä on jokin jäännösarvo. Yleensä investoinnin pitoaikana pidetään taloudellista käyttöaikaa, eli aikaa, jona investointi tuottaa (Suomala et al. 2011, s. 154). Asuinrakennuksen arvoa on vaikea arvioida vuosikymmenten päähän, sillä vaikka rakennuksen tekninen kunto olisikin erittäin huono, voi rakennuspaikan arvo olla noussut todella suureksi. Jäännösarvo voi olla myös negatiivinen, jos rakennus joudutaan esimerkiksi purkamaan. (Suomala, et al. 2011, s. 153.) Vuokrakohteessa kustannuksia aiheutuu talon normaalisista ylläpidosta, huollosta ja pienistä korjauksista. Suuremmat remontit voidaan nähdä uutena investointina tai vanhan korjauksena. Joka tapauksessa myös suurempien korjausten kannattavuus tulee laskea investointilaskennan keinoin. (Suomala, et al. 2011, s. 153.)

Investoinnin rahoittamisesta aiheutuvia kuluja ei oteta huomioon investointilaskelmissa vaan ne huomioidaan käytettävän korkokannan avulla (Suomala et al. 2011, s. 154). Laskentakorkokannan avulla eri vuosina saatavat nettotuotot saatetaan vertailukelpoiksi, sillä rahalla on aika-arvo. Rahan aika-arvo johtuu kolmesta eri tekijästä, jotka ovat: kulutuksen lykkääntyminen, inflaatio ja riski (Knüpfer & Puttonen, 2009). Laskentakorkokantaa voidaan pitää investoinnin minimituottovaatimuksena, sillä jos laske- tulla korkokannalla investointi jää tappiolliseksi sitä tuskin toteutetaan.

Asuntorakentamiseen liittyy suuria riskejä, sillä markkinoiden heilahtelut voivat muuttaa koko asuntomarkkinoita rakentamisen aikana oleellisesti. Gryndauksessa tuleekin huomioida rakentamisen pitkäaikaisuus, sillä rakentaminen lisää keskeneräisen tuotannon määrää, eli se sitoo pääomia. Rakennusinvestoinnin kokonaismäärään vaikuttaa paljon etenkin tilantarve, tiloissa harjoitettava toiminta, rakentamispaikan olosuhteet,

suunnitteluratkaisut, suhdanteet, toteuttamismuoto ja aikataulu (Pitkänen, 2009, s. 11). Tilantarve on usein merkittävin tekijä rakennusinvestoinnin summassa, sillä merkittävä osuus rakennusinvestoinneista määräytyy jo siinä vaiheessa, kun päätetään rakennuksen koosta (Neilimo & Uusi-Rauva, 1999, s. 201). Yleisesti ottaen investointien suunnittelukustannukset ovat tyypillisesti 10–15 % investoinnin kokonaiskustannuksista. Suunnitteluvaiheessa sidotaan kuitenkin 85–90 % investoinnin kokonaiskustannuksista. (Neilimo & Uusi-Rauva, 1999, s. 204.)

Koska investointien aikajänne on useita vuosia, investoinneissa on aina kyse strategisesta ohjauksesta (Pellinen, 2005, s. 170). Puolamäen ja Ruususen (2009, s. 15) mukaan investointipäätöksen taustalla onkin aina strateginen näkemys yrityksen tulevaisuudesta. Strateginen ohjaus on toki paljon muutakin, kuin rahan allokoointia eri investointikohteille, mutta investoinnin ovat yksi tärkeä osa strategista ohjausta. Voidaankin sanoa, että investoinnit ovat keino toteuttaa yrityksen strategiaa (Kasanen, et al. 1993, s. 7; Lai & Trigeorgis, 1995), joten investointien strategiyhteensopivuus tulee aina tarkastaa (Neilimo & Uusi-Rauva, 1999, s. 199; Haverila, et al. 2005). Näin ollen strateginen suunnittelu ja investointien laatiminen ovat itse asiassa saman asian kaksi eri puolta (Lai & Trigeorgis, 1995). Jokainen investointi sisältää riskejä, joiden hallittu ottaminen on osa yrityksen strategiaa. Riskinen sijoitus voikin usein tuottaa enemmän, sillä markkinoilla tuotto ja riski kulkevat käsi kädessä (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 77).

Yksittäisiä investointeja voidaan arvioida aikaisemmin kuvassa 3.3 esitetyn Porterin viiden kilpailuvoiman avulla. Jokainen asuntorakentamisen investointi sisältää kaikki viisi kilpailutekijää. Hankkijoiden neuvotteluasema paranee aina, kun rakentaminen lisääntyy. Rakentamisen volyymin noustessa kohteita on enemmän, jolloin alihankkijat voivat korottaa hintojaan. Asiakkaiden asema on aina sitä parempi, mitä enemmän heillä on vaihtoehtoja. Asuntorakentamisessa korvaavien tuotteiden tuominen markkinoille on vaikeaa, mutta jaettuna asuminen pienempiin segmentteihin voidaan vuokra- ja asumisoikeusasuminen nähdä korvaavina tuotteita omistusasumiselle. Toisaalta asumispalvelua tuottavat yritykset kilpailevat markkinoilla kaikkien muiden hyödykkeiden kanssa. Kuluttajat tekevät valintoja kuinka paljon he ovat valmiita maksamaan asumisesta verrattuna muuhun kulutukseen, jolloin kaikki markkinoilla oleva tarjonta voidaan nähdä korvaavana tuotteena toiselle. Potentiaalisten tulokkaiden markkinoille tuleminen on aina vaarana, jos alalla olevilla yrityksellä menee hyvin. Jos tietty toiminta, kuten asumisoikeusasuminen tuottaa vuodesta toiseen erittäin hyvää tulosta omistajilleen on vaarana, että alalle ilmaantuu uusia tulokkaita. Alalla olevien yritysten aiheuttama kilpailu on kaikista luonnollisin kilpailutekijä, sillä luonnollisesti eri toimijat kilpailevat keskenään samoilla markkinoilla.

### **3.4.1 Investointilaskennan menetelmiä**

Eri investointivaihtoehtojen paremmuus ratkaistaan eri investointilaskentamenetelmillä. Investointilaskennan tarkoituksena on saattaa eri aikoina tapahtuvat tulot ja menot sekä

näiden riskit vertailukelpoiseen muotoon (Puolamäki & Ruusunen, 2009, s. 213). Laskelmat ovat kuitenkin aina vain työkaluja. Investointeja suunnittelevalle johdolle on tärkeään arvioida myös mahdollisten investointien sopivuutta yrityksen nykyiseen strategiaan (Lai & Trigeorgis, 1995, p. 70). Koska investoinnit sitovat suuria pääomia ja ovat ajallisesti pitkiä, niiden toteuttamiseen sisältyy aina riskejä. Investointeja suunniteltaessa tulisikin tehdä riskianalyysi, jossa kartoitetaan mahdolliset riskit ja niiden todennäköisyydet (Pike & Neale, 2003). Riskianalyysi voidaan tehdä kuvaamalla investoinnin tuotot tai tappiot todennäköisyysjakaumalla. Jotta tuottojen tai tappioiden todennäköisyysjakauma voidaan muodostaa, tulee tuntea kaikkien siihen vaikuttavien tekijöiden todennäköisyysjakaumat. (Puolamäki & Ruusunen, 2009, s. 253.)

Seuraavassa on esitetty yleisimmät investointilaskentamenetelmät:

### **Takaisinmaksuaika**

Investoinnin takaisinmaksuaika on se aika, jossa investoinnin nettotuotot vastaavat investointikustannusta. Takaisinmaksuaikaa laskettaessa rahan aika-arvoa ei yleensä oteta huomioon. Takaisinmaksuajan laskennassa ei myöskään oteta huomioon takaisinmaksuajan jälkeisiä kustannuksia eikä tuottoja, mikä onkin menetelmän suurin puute. Menetelmä on kuitenkin toimiva suuririskisissä investoinneissa, joissa halutaan erityisesti välttää tappioiden tekeminen. (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 107–108; Suomala et al. 2011, s. 160–161.) Takaisinmaksuajan kaavassa 2,  $S_t$ = investoinnin nettotuotto vuonna  $t$ ,  $n^*$ = investoinnin takaisinmaksuaika,  $r$ = laskentakorkokanta,  $t$ = laskenta-ajankohta vuosina ja  $CF_0$ = alkuinvestointi (RT 04–10843, 2005, s. 2).

$$\sum_{t=1}^{n^*} \frac{S_t}{(1+r)^t} - CF_0 = 0 \quad (2)$$

### **Nettonykyarvo**

Nettonykyarvo (NPV, eng. *Net Present Value*) lasketaan kaavan 3 mukaisesti lisäämällä negatiiviseen investointiin, investointihetken diskontatut nettotuotot ja jäännösarvo.

$$NPV = CF_0 + \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \quad (3)$$

, missä  $CF_0$ = alkuinvestointi,  $t$ = investoinnin pitoaika vuosina,  $CF_t$ = vuoden  $t$  kassavirta ja  $r$ = yrityksen käyttämä tuottovaatimus investoinnille. Nettonykyarvon ollessa positiivinen, investointi on kannattava. Investoinnin viimeisen vuoden kassavirta sisältää myös investoinnin jäännösarvon. Investoinnin nettonykyarvon ollessa suurempi kuin

nolla se tuottaa enemmän kuin investoinnin tuottovaatimus on, joten investointi kannattaa toteuttaa. (Suomala, et al. 2011, s. 155–156; Puttonen & Knüpfer, 2009, s. 103). Yleensä vuotuiset kassavirrat oletetaan tapahtuvan vuoden lopussa, jolloin ne diskontataan samalla korkokannalla. Todellisuudessa kassavirrat tapahtuvat tasaisesti vuoden aikana. Periaatteessa, jos nettonykyarvo halutaan laskea todella tarkasti, tulisi kaikki vuoden aikana saatavat kassavirrat diskontata päiväkohtaisella korkokannalla nykyarvoiksi (Pike & Neale, 2003, p. 155).

### **Laajennettu (strateginen) nettonykyarvo**

Useat, investointeja suunnittelevat johtajat kokevat nettonykyarvon laskemisen puutteelliseksi, koska nettonykyarvoa laskettaessa tulevaisuus oletetaan tunnetuksi. Etenkin pitkäikäisiä investointeja suunniteltaessa tulevaisuutta ei voida ennustaa riittävän pitkälle. Tästä syystä käytännössä investointeja harkittaessa tulisi antaa arvoa myös investoinnin tulevalle hallitsemiselle, kaavan 4 mukaisesti. Passiivinen investointi on sellainen, joka tehdään kerran ja sen annetaan tehdä tulosta elinkaarensa ajan. Aktiivista investointia sen sijaan voidaan johtaa sen elinkaaren aikana. (Trigeorgis, 1995, pp. 1–2)

$$\text{Laajennettu NPV} = CF_0 + \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} + \text{investoinnin hallittavuuden arvo} \quad (4)$$

Investoinnin hallittavuutta kutsutaan reaaliopiksi (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 121). Erilaisia mahdollisuuksia hallita investointia ovat ainakin investoinnin siirtäminen tai lykkääminen, mahdollisuus toteuttaa investointi pienissä osissa, mahdollisuus laajentaa tai supistaa investointia, mahdollisuus väliaikaisesti keskeyttää toiminta (esim. kaivos-toiminta), mahdollisuus myydä investointi ennen suunnitellun pitoajan loppua, investoinnin muokkaaminen toiminnan aikana (esim. asunnoista toimistoiksi) tai mahdollinen strateginen hyöty, joka aukaisee väylän jollekin uudelle markkina-alueelle. (Trigeorgis, 1995, pp. 1–8) Investoinnin hallittavuuden arvoa on vaikea määrittää euromääräisesti, mutta se on silti erittäin tärkeä ominaisuus eri investointimahdollisuuksia vertailtaessa.

Maa-alue, jolla on jokin tietty rakennusoikeus, on tyypillinen hyvin hallittava investointikohde. Kohde voidaan usein rakentaa haluttuna aikana, kun markkinat ovat sopivat tai maa voidaan myydä edelleen, jos investori ei itse halua ottaa riskiä rakentamisesta. Tällaisille omaisuuksille, kuten maa-alue on eduksi jos markkinoilla on suuri volatilitteetti, sillä se mahdollistaa investoinnin ajoittamisen kun rakentaminen on kannattavaa (Quigg, 1995, pp. 265–280). Suuri volatilitteetti muodostaa luonnollisesti myös suuremman riskin.

### **Sisäinen korkokanta**

Sisäinen korkokanta on se korkokanta, jolla investoinnin nettonykyarvo on nolla. Investointi on siis kannattava, jos sisäinen korkokanta on suurempi kuin investoinnin tuotto-

vaatimus (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 104–106; Suomala et al. 2011, s. 156–159). Sisäinen korkokanta voidaan laskea nettonykyarvon kaavalla asettamalla nettonykyarvo NPV nolllaksi. Yhtälön ratkaiseminen vaatii usein jonkin taulukkolaskentaohjelman käyttöä. Kaavassa 5 on esitetty sisäisen korkokannan laskentamenetelmä.

$$NPV = CF_0 + \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} = 0 \quad (5)$$

Sisäisen korkokannan menetelmän käyttöön liittyen on hyvä tiedostaa, että yhtälön voi jossain tilanteissa ratkaista useilla korkokannoilla, eikä yhtälö ota automaattisesti huomioon otto- ja antolainausta. Toisin sanoen yhtälö antaa korolle saman vastauksen, jos yhtälön termien etumerkit vaihdetaan. (Suomala et al. 2009, s. 157–158).

Sisäisen korkokannan menetelmää käytettäessä tulee huomioida myös, että se antaa vain investoinnin tuotto-%:n huomioimatta sen laajuutta. Kehitettäessä arvokasta maa-aluetta pienen investoinnin sisäinen korkokanta voi olla huomattavasti parempi, vaikka toisella investoinnilla absoluuttiset tulot voivat olla huomattavasti suuremmat. Sisäisen korkokannan menetelmä voi antaa 60 % tuoton 1 000 € investoinnille ja 40 % tuoton 1 000 000 € investoinnille. Investorin kannattaa yleensä käyttää useita menetelmiä ratkaistakseen, mikä investoinneista on paras mahdollinen (Pike & Neale, 2003, pp. 166–167)

### **Muunneltu sisäinen korkokanta**

Muunneltu sisäinen korkokanta MIRR (eng. Modified Internal Rate of Return) on laskentamenetelmä, jossa arvioidut kassavirrat prolongoidaan sijoitusperiodin loppuun tavoitellulla korkokannalla. Prolongoidut kassavirrat jaetaan alkuinvestoinnilla, jolloin saadaan investoinnin annuiteettitekijä, jolle voidaan etsiä taulukosta vastaava tuoton arvo. Jos vastaava tuotto-% on suurempi, kuin alkuperäinen tavoiteltu investoinnin korkokanta, investointi kannattaa toteuttaa. (Pike & Neale, 2003, p. 173)

### **Annuiteettimenetelmä**

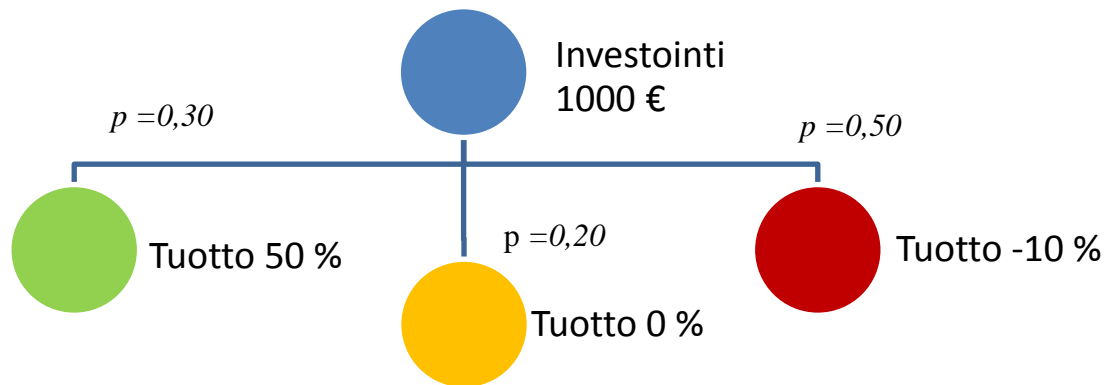
Annuiteettimenetelmässä perusinvestointi jaetaan pitoajalle, yhtä suuriksi eriksi eli annuiteeteiksi. Annuiteetti pitää aina sisällään sekä koron, että pääoman poiston osuuden. Investointi on kannattava, jos vuotuiset tuotot ovat annuiteettia suuremmat. (Suomala, et al. 2011, s. 160–161)

### **Dynaaminen DCF (*discounted cash flow*)-analyysi**

Nettonykyarvon laskentaa voidaan laajentaa ottamalla huomioon monia mahdollisia tulevaisuuden skenaarioita ja näiden todennäköisyyksiä. Jokainen skenaario muodostaa



oman tulevaisuuden kassavirran CF, joka voidaan diskontata nykyarvoiseksi. Erilaiset skenaariot muodostavat kuvan 3.10 mukaisen päätöspuun, jonka perusteella investori tekee päätöksen investoinnista (Teisberg, 1995, pp. 33–34).



**Kuva 3.10** *Päätöspuu*

Kuvan esimerkissä tuhannen euron sijoitus tuottaa todennäköisyydellä  $p$ , jonkin tietyn prosentin. Esimerkin investoinnin tuoton odotusarvo on tuottojen todennäköisyyksien painotettu keskiarvo:  $50 \% \cdot 0,30 + 0 \% \cdot 0,20 + (-10 \%) \cdot 0,50 = 10 \%$ . Sijoittajan tulee omien intressien mukaan ratkaista kannattaako hänen sijoittaa esimerkin investointiin.

### Päätösanalyysi

Päätösanalyysi perustuu investorin preferensseihin, eikä siinä huomioida riskejä. Investorilla voi olla henkilökohtainen mieltymys sijoittaa tiettyyn kohteeseen monesta erisyystä. Investorilla voi olla markkinoita parempaa tietoa, jonkin tietyn tuotteen tai palvelun tulevasta kysynnästä kuin markkinoilla yleensä. Investori voi myös haluta hajauttaa riskiä sijoittamalla useisiin eri kohteisiin, jolloin laskelmien perusteella edullisin investointi ei välttämättä olekaan paras. (Teisberg, 1995, 34–35.)

### Kannattavuusindeksi

Kannattavuusindeksi PI, lasketaan kaavan 6 mukaan jakamalla investoinnin nykyarvoiset tulot (PV benefits) nykyarvoisilla menoilla (PV outlays).

$$PI = \frac{PV \text{ benefits}}{PV \text{ outlays}} \quad (6)$$

PI:n ollessa suurempi kuin yksi investointi kannattaa toteuttaa ja mitä suurempi PI on, sitä kannattavampi investointi on. Yksittäisissä projekteissa PI-arvo ei tuo lisätietoa verrattuna nettonykyarvo- tai sisäisen korkokannan menetelmään, mutta se voi olla hyödyllinen vertailtaessa useita vaihtoehtoja (Pike & Neale, 2003, p. 161).

### Pääoman tuottomenetelmä

Menetelmässä lasketaan sidotulle pääomalle tuottoaste. Menetelmän hankaluutena on investoinnin ajassa muuttuva arvo, toisin sanoen investoinnin sitoma pääoma vähenee poistojen myötä vuosittain. Näin ollen pitkälle sijoitusaikavälille voi olla vaikea laskea sitoutuneen pääoman määrää, jolle tuotto lasketaan. Yhtenä menetelmänä voi olla käyttää pitoajan lopussa arvoa nolla, jolloin keskimäärin sidotun pääoman arvo on investointikustannuksen ja nollan keskiarvo eli investointikustannus jaettuna kahdella. (Suomala, et al. 2011, s. 161).

Pääoman tuottoaste ROI (eng. Return On Investment) lasketaan kaavan 7 mukaan jakamalla vuotuinen nettotuotto investoinnin sitomalla pääomalla (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 106–107; Suomala et al. 2011, s. 161).

$$\text{ROI} = \frac{\text{Keskimääräinen nettotulos vuodessa}}{\text{Investoitu pääoma}} \quad (7)$$

Pääoman tuottoasteen yhtälö ei ota huomioon rahan aika-arvoa, sillä jokaisen vuoden kassavirtoja käsitellään samanarvoisina (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 107). Pääoman tuottoasetta laskettaessa jakajana voidaan käyttää alkuinvestoinnin hintaa tai investoinnin keskimäärin sitomaa pääomaa, joka vaihtelee ajassa.

### Herkkyysanalyysi

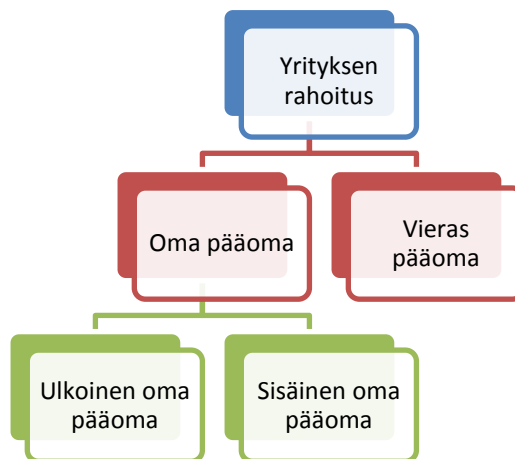
Herkkyysanalyysi ei ole varsinainen investointilaskennan menetelmä, mutta se on oleellinen, täydentävä osa investointilaskelmia. Herkkyysanalyysissä selvitetään, kuinka lasketaan vaikuttaneiden arvojen muuttaminen vaikuttaa investoinnin kannattavuuteen. Muutettavia arvoja voivat olla ainakin myynnin kehittäminen, raaka-aineet, pääomakustannukset, energian hinta ja työvoiman hinta (Puolamäki & Ruusunen, 2009, s. 248). Rakennusprojekteissa rakentamiskustannukset eivät yleensä vaihtelee kovin paljon muuttaman vuoden sisällä, mutta tulevaisuuden tuottojen arvioiminen onkin jo huomattavasti vaikeampaa. Jos tulevaisuuden tuottoja pystytään arvioimaan tietyillä todennäköisyyksillä, voidaan investoinnin tuotoille laskea odotusarvo. Todennäköisyyksien ennakointi on kuitenkin todella vaikeaa. Periaatteessa todennäköisyyksillä simuloitaessa on mahdollista etsiä kaikki investoinnin mahdolliset tulemat ja näiden todennäköisyydet. (Suomala, et al. 2011, s. 163–164)

#### 3.4.2 Investointien rahoittaminen

Asuntojen rakentaminen on hyvin pääomavaltaista, sillä rakentaminen on kallista ja aikaa vievää. Yritysten näkökulmasta investointien rahoittamista tarkastellaan kahdesta näkökulmasta taseen vastaavaa ja vastattavaa puolelta. Eli toisin sanoen yrityksissä mietitään mitkä investoinnit mahdollistavat parhaat tuotot ja miten niihin järjestetään mah-

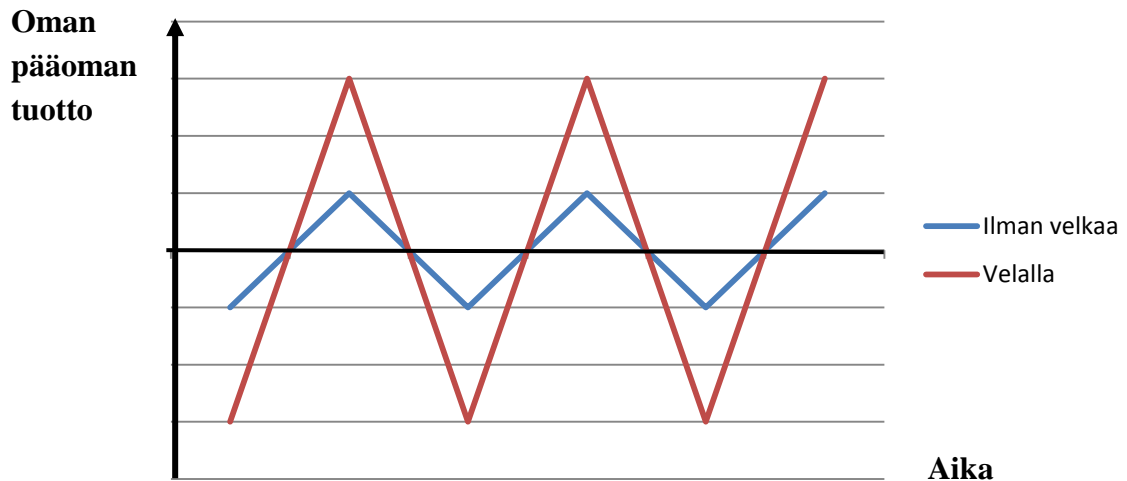
dollisimman edullinen rahoitus. (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 16.) Yhteiskäyttötilojen rakennuttaminen lisää aina rahan tarvetta investointivaiheessa, mutta tilat voivat olla hyvä investointi, jos ne lisäävät asuntojen myyntihintaa tai edesauttavat myyjiä saamaan asunnot nopeammin kaupaksi.

Pääomalla on aina hinta ja rahalla aika-arvo (Knüpfer & Puttonen, 2009). Tästä johtuen eri lähteistä lainatut pääomat ovat erihintaisia. Yritystoiminnan rahoitus jakautuu kuvan 3.11 mukaan kahteen osaan, omaan ja vieraaseen pääomaan. Oma pääoma jakaantuu edelleen ulkoiseen ja sisäiseen omaan pääomaan. Oma pääoma on yrityksen omistuksessa ja se voi itse päättää mitä se sillä tekee. Sisäinen oma pääoma on yritystoiminnassa kertyneitä voittoja ulkoinen oma pääoma osakeannissa osakkeenomistajilta kerättyä omaa pääomaa. Vieras pääoma on markkinoilta lainattua rahaa. Vieraan pääoman kustannus on aina omaa pääomaa pienempi, sillä vieraan pääoman rahoittajilla on tiettyjä etuoikeuksia oman pääoman rahoittajiin nähden, jos yritys joutuu velkasaneeraukseen. (Knüpfer & Puttonen, 2009.) Vieras pääoma voidaan edelleen jakaa lyhyt- ja pitkäaikaiseen vieraaseen pääomaan riippuen laina-ajan pituudesta. Tiettyihin investointeihin on myös mahdollista saada erilaisia avustuksia, jotka eivät ole omaa eivätkä vierasta pääomaa (Neilimo & Uusi-Rauva, 1999, s. 203).



**Kuva 3.11** Yrityksen rahoituksen jakaantuminen (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 30)

Aikaisemmin esitettyä pääoman tuottoastetta (ROI) mielenkiintoisempaa on usein laskea investoinnin oman pääoman tuotto, sillä velan vipuvaikutuksella voidaan lisätä oman pääoman tuottoastetta. Velkavipu vaikuttaa oman pääoman tuottoon siten, että jos koko investoinnin suhteellinen tuotto on suurempi kuin vieraan pääoman kustannus velkavipu parantaa oman pääoman tuottoastetta. Vipu toimii myös toiseen suuntaan, jos koko investoinnin tuotto jää vieraan pääoman kustannusta pienemmäksi. (Kinnunen et al. 2007, s. 64–66.) Kuvassa 3.12 on havainnollistettu velan vaikutusta oman pääoman tuottoasteeseen.



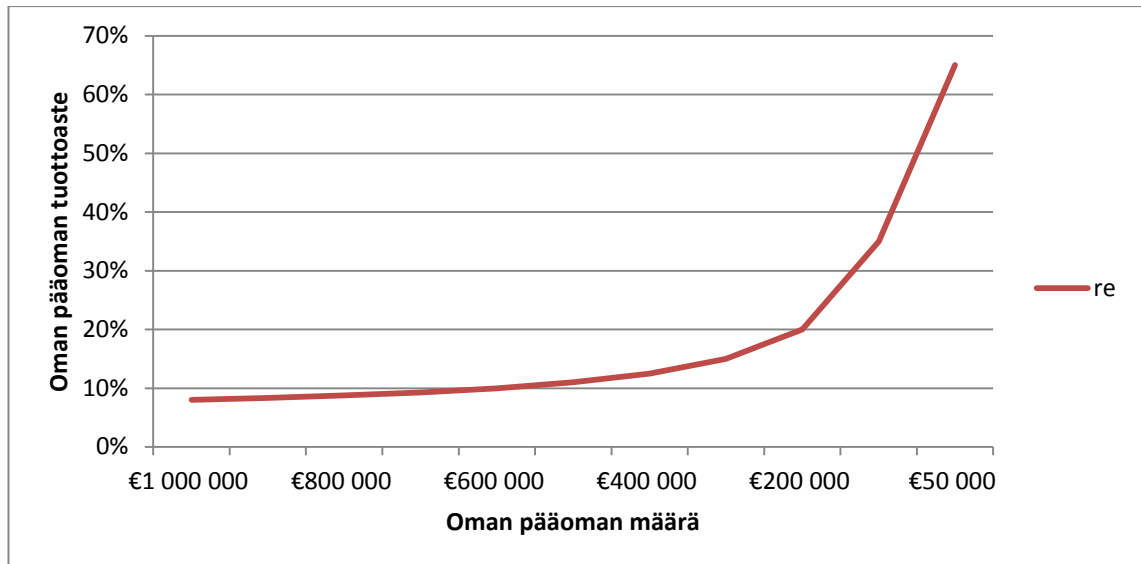
**Kuva 3.12** Velkavivun vaikutus oman pääoman tuoton volatiliteettiin (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 181)

Investoinnin oman pääoman tuotto voidaan laskea kaavan 8 avulla.

$$WACC = \frac{D}{V} * r_D * (1 - T_C) + \frac{E}{V} * r_E \quad (8)$$

,missä WACC (weighted average cost of capital) on investoinnin tuotto suhteessa sen sitomaan pääomaan,  $r_E$  on oman pääoman tuotto,  $r_D$  on vieraan pääoman kustannus,  $E$  on oman pääoman arvo euroissa,  $D$  on vieraan pääoman määrä euroissa,  $V$  on koko investoinnin sitoma pääoma ja  $T_C$  on yritysveroprosentti. Termi  $1 - T_C$  on yksi, mikäli vieraan pääoman korot eivät ole vähennyskelpoisia verotuksessa. (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 182–183)

Investointeja arvioitaessa  $r_E$  on mielenkiintoinen termi, sillä se kuvaa kuinka paljon yritys saa tuottoa omalle pääomalleen. Kaavan 8 termiksi WACC voidaan sijoittaa investoinnin tuotto-odotus, jolloin omalle pääomalle voidaan laskea tuotto-prosentti  $r_e$  erilaisilla pääomarakenteilla. Kuva 3.13 esittää 1 000 000 euron kokonaisinvestoinnin oman pääoman tuottoasteen erilaisilla oman pääoman määrillä. Koko investoinnin tuottoasteen oletetaan olevan 8 % ja vieraan pääoman kustannuksen 5 %.



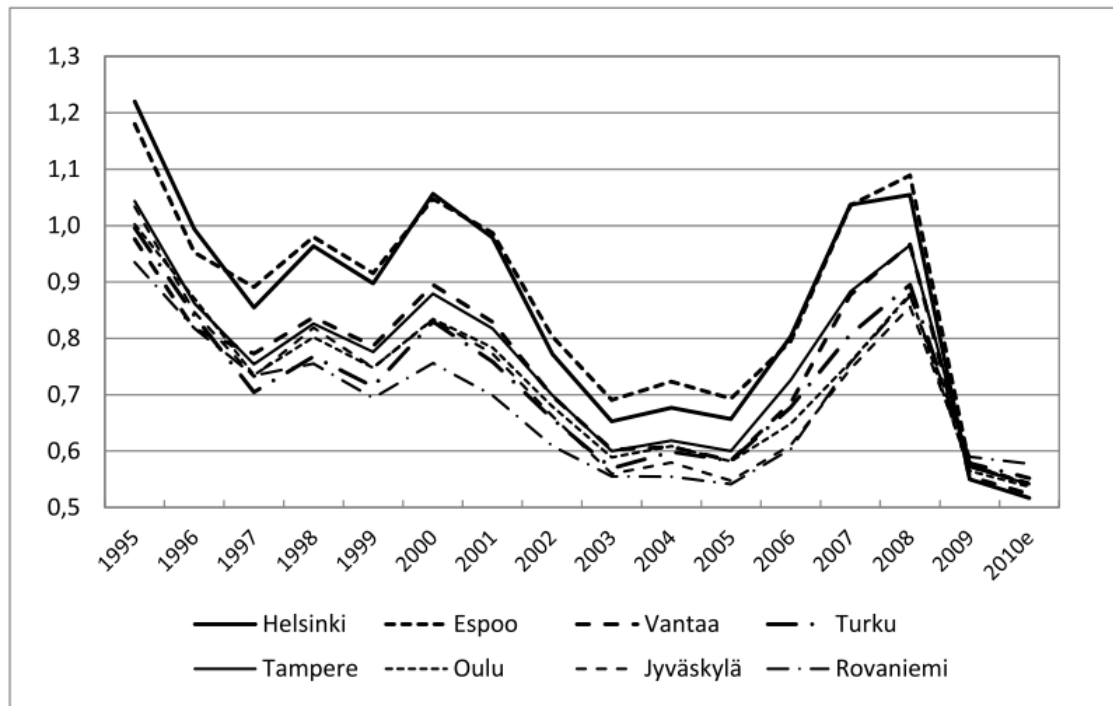
**Kuva 3.13** Oman pääoman määrän vaikutus oman pääoman tuottoasteeseen 1 000 000 euron investoinnissa, jonka tuotto on 8 % ja vieraan pääoman kustannus 5 %

Oman pääoman tuotto kasvaa voimakkaasti oman pääoman määrän vähentyessä ja lähestyy itse asiassa ääretöntä, kun oman pääoman määrä lähenee nollaa.

### 3.5 Asumisen hinnanmuodostus

Asuntojen hinnat määrittyvät markkinoilla. Periaatteessa asunnot kilpailevat tuotteina kuluttajien rahoista siinä missä kaikki muutkin hyödykkeet. Suomalaisten suhteellinen arvostus asuntoja kohtaan on kasvanut voimakkaasti sillä asuntojen hinnat ovat nousseet huomattavasti inflaatiota enemmän viime vuosina. Vuokra-asunnot, asumisoikeusasunnot ja omistusasunnot kilpailevat keskenään samoilla markkinoilla. Tehokkaasti toimivilla asuntomarkkinoilla omistusasumisen ja vuokralla asumisen hintojen tulisi lähestyä toisiaan samanlaisissa asunnoissa (Mäki-Fränti et al. 2011, s. 12–13). Asuntomarkkinoilla hinnat eivät kuitenkaan reagoi yhtä nopeasti reaalityalouden muutoksiin kuin muilla markkinoilla.

Omistusasumisen hinta on joustavampaa, kuin muiden asumismuotojen, sillä omistusasumisen hinnasta merkittävä osa muodostuu asuntolainan koroista, jotka reagoivat nopeasti markkinoiden muutoksiin. Vuokrasopimus taas on usein tehty jatkuvaksi ja hintoja on sovittu korjattavan vuosittain jollain indeksillä, kuten elinkustannusindeksillä. Näistä asuntomarkkinoiden epätehokkaista tekijöistä johtuen vuokra-asuminen on viimeisen 15 vuoden aikana ollut lähes jatkuvasti omistusasumista kalliimpaa. Kuvassa 3.14 on esitetty omistusasumisen pääomakustannusten ja hoitovastikkeen suhdetta vuokra-asumisen hintaan valituilla kaupunkiseuduilla. Pääomakustannukset eivät sisällä lainan lyhennyksiä.



**Kuva 3.14** Omistusasumisen kustannusten suhde vuokralla asumiseen valituissa kaupungeissa vuosina 1995–2000 (Mäki-Fränti et al. 2011, s. 13)

Asumisen hinta koostuu monesta eri tekijästä. Omistusasujalla suurin investointi on tietysti asunnon ostaminen, mutta asumisessa maksaa myös useat muut tekijät. Taloyhtiöt maksavat huoltoyhtiölle kunnossapidossa, jätteiden nouto maksaa, kunnalle täytyy maksaa kiinteistövero ja kiinteistöjä täytyy huoltaa säännöllisin väliajoin. Asumisen hinta muodostuu kaikista näistä tekijöistä. Asumisen hintaa on viime vuosina nostanut erityisesti hoitovastikkeiden hintojen nousu. Viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana hoitovastikkeiden hinnat ovat nousseet reaalisesti noin 20 % ja pääkaupunkiseudulla jopa noin 40 % (Mäki-Fränti et al. 2011, s. 9). Asuminen on käyttäytynyt kulutustavaroihin nähden hyvin erilaisesti, sillä asumisen hinta on noussut samaa vauhtia tulotason kasvun myötä. Suomalaiset käyttävät nykyään yhtä suuren osan tuloistaan asumiseen kuin 15 vuotta sitten (Mäki-Fränti et al. 2011, s. 6). Jos kaikkien hyödykkeiden hinnat nousisivat samaa vauhtia, suomalaisten ostovoima ei olisi parantunut lainkaan.

Asuntojen vuokrat ja myyntihinnat sekä asumisoikeusasuntojen vastikkeet ovat voimakkaasti toisistaan riippuvaisia, sillä rationaaliset kuluttajat tekevät valintansa asuimuodosta vertailemalla eri vaihtoehtojen kustannuksia. Lee (1966, p. 51) väittää kuitenkin, että muuton syyt eivät koskaan ole täysin rationaalisia, vaan päätöksiä tehdään myös tunnepohjalta. Omistusasunnossa asumisen kustannukset muodostuvat käytännössä hankintahinnasta, mahdollisen asuntolainan koroista, käytetystä energiasta ja vedestä sekä yhtiövastikkeesta. Vuokra-asujalla ei ole muita kiinteitä kustannuksia kuin vuokra. Asumisoikeusasunnossa asuvan kulurakenne on verrattavissa vuokralla asuvaan, sillä asumisoikeuden hankintahinta on maksimissaan vain 15 % asunnon hankin-

tahinnasta. Vastike muodostaakin asumisoikeusasunnossa asuvan asumiskuluista valtaosan.

Markkinakorot vaikuttavat voimakkaasti asuntojen hintoihin, sillä mitä matalammat korot ovat, sitä enemmän ihmisillä on varaa ottaa lainaa ja siten ostaa kalliimpia asuntoja. Viime vuosina maailmalla on eletty historiallisen matalien korkojen kautta, joka on lisännyt asuntojen ja asuntolainojen kysyntää ja siten nostanut asuntojen hintoja (Mäki-Fränti et al. 2011, s. 2). Vuosi 2010 oli Suomen pankin vuodesta 1867 pitämän tilaston mukaan matalimman koron aikaa. Vuonna 2010 Suomen pankin peruskorko oli koko vuoden 1,25 %, kun pitkänajan keskiarvo on ollut lähes 6,00 % (Suomen pankki, 2011b). Asuntokuntien pienentyminen ja matalakorkotaso yhdistettynä rahoituskriisiin on saanut sijoittajat kiinnostumaan erityisesti isojen kaupunkien keskustojen pienistä asunnoista, sillä historiallisesti asunnot ovat olleet turvallinen sijoitusinstrumentti (Mäki-Fränti et al. 2011, s. 2).

Asuntojen hinnoittelu yritysten näkökulmasta vaatii taktikointia. Hinnoitellessaan mitä tahansa tuotetta tai palvelua yrityksen tulee huomioida tuottamiskustannukset sekä kannattavuus- ja kilpailukykytavoitteet (Neilimo & Uusi-Rauva, 2009, s. 180). Yrityksen näkökulmasta hintaan vaikuttaa siis kustannustieto, markkinatieto ja strategiset tavoitteet. Yrityksen hinnoittelun tavoitteena voi olla ainakin markkinaosuuden kasvattaminen, selviäminen kilpailusta, voittojen maksimoiminen, uusien markkinoiden valtaaminen tai kilpailijoiden pois pitäminen markkinoilta. (Kotler & Keller, 2009, pp. 384–385; Neilimo & Uusi-Rauva, 2009, s. 180).

Asuntojen kysyntä markkinoilla vaihtelee yleisen taloustilanteen mukaan. Asuntojen hintojen ja kysynnän välistä suhdetta kutsutaan hintajoustoksi. Hintajousto lasketaan kaavan 9 mukaisesti (Kinnunen et al. 2007, s. 123):

$$\text{Kysynnän hintajousto} = \frac{\text{Kysynnän suhteellinen muutos}}{\text{Hinnan suhteellinen muutos}} \quad (9)$$

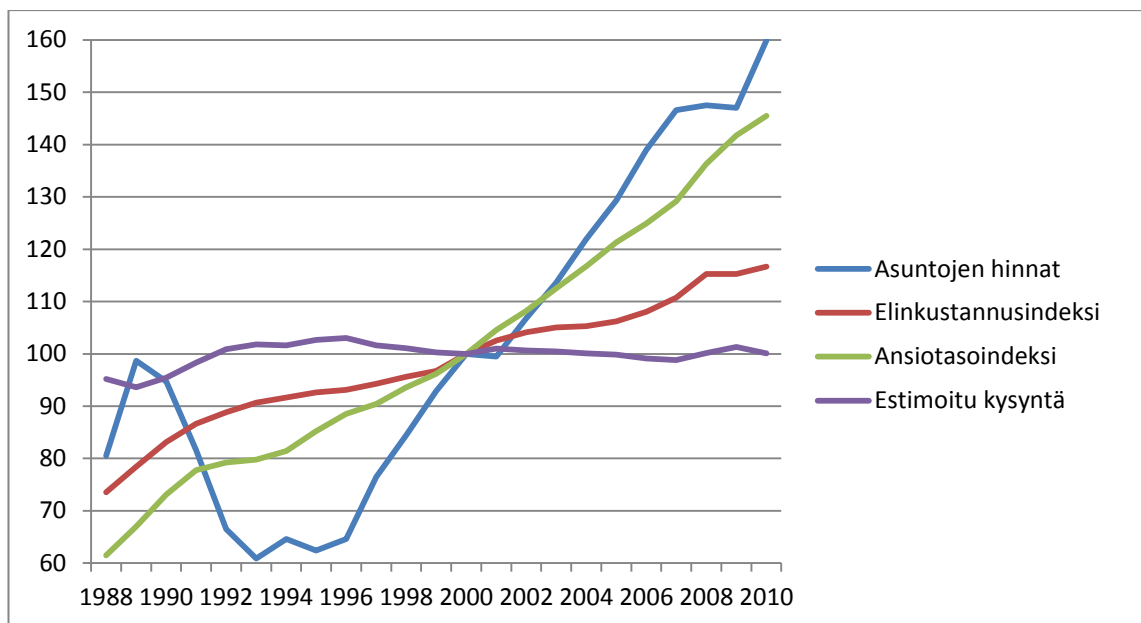
Haverila et al. (2007 s. 184) ovat Kinnusta et al. (2007. s. 123) täsmällisempiä määrittäessään kysynnän hintajouston kysynnän ja hinnan derivaataksi kaavan 10 mukaan:

$$ep = \frac{dm}{m} / \frac{dp}{p} \quad (10)$$

, jossa  $ep$  = kysynnän hintajousto,  $m$  = kysytty määrä  $p$  = hinta ja  $dm$  sekä  $dp$  hinnan ja määrän äärettömän pienet muutokset (Haverila et al. 2007, s. 184). Hintojen noustessa asuntojen kysyntä vähenee ja vastaavasti toisinpäin. Mitä suurempi hintajousto on sitä

enemmän kysyntä kasvaa hinnan pudotessa. (Kotler & Keller, 2009, p. 387). Böckerman (1999) on tutkinut uudisasuntojen hintajoustoa Suomessa. Böckermanin (1999) tutkimusten mukaan uudisasuntojen hintajousto on -0,15 eli hintojen noustessa yhdellä prosentilla asuntojen kysyntä vähenee 0,15 %. Böckerman (1999) selvitti samassa tutkimuksessa, että asuntojen tulojousto on noin 0,2 eli kotitalouden bruttotulojen 1 prosentin nousu lisäsi asuntojen kysyntää 0,2 prosentilla. 1990-luvulla useissa tutkimuksissa päädyttiin tulojouston osalta samansuuruisiin arvoihin Loikkanen (1991) 0,3, Laakso & Loikkanen (1993) 0,2–0,4 (pääkaupunkiseudulla) ja Rantala (1998) 0,3. Yhdysvalloissa asuntojen hintojen tulojousto on tyypillisesti noin 0,8–1,0 ja Iso-Britanniassa 0,75–1,25 (Ermisch et al. 1996, Böckerman, 1999 mukaan).

Käyttäen Böckermanin (1999) tutkimuksen arvoja hintajoustolle -0,15 ja tulojoustolle 0,20 vaikuttaa, että kysyntä asuntomarkkinoilla ei ole vaihdellut kovin paljon viimeisen 20 vuoden aikana. Kuvassa 3.15 on esitetty asuntojen hintojen, elinkustannusindeksin, ja ansiotasoindeksin kehitys vuodesta 1988 sekä Böckermanin (1999) joustojen arvoilla laskettu estimoitu kysyntä. Tulojen kasvu on tasoittanut asuntojen hintojen noususta johtuvan kysynnän pienentymisen täysin.



**Kuva 3.15** Asuntojen hintojen, elinkustannusindeksin ja ansiotasoindeksin kehitys vuodesta 1988 sekä estimoitu kysyntä käyttäen Böckermanin (1999) jouston arvoja (indeksi 2000=100) (SVT: Asuntojen hinnat 2011; SVT: Kuluttajahintaindeksi, 2011; SVT: Ansiotasoindeksi, 2011)

Böckermanin (1999) arvot tulo- ja hintajoustolle näyttävät toimivan estimoidussa mallissa hyvin, mutta todellisuudessa joustojen arvoja ei voida käyttää tällaisten sarjojen tutkimiseen sillä arvot kuvaavat vain nykyhetken jouston kulmakerrointa kaavan 10 mukaisesti. On itsestään selvää, että hintajouston arvo -0,15, ei päde, jos pelkästään hintoja korotetaan 100 %, sillä kysyntä vähenee varmasti enemmän kuin 15 %. Kotler ja



Keller (2009, p. 387) toteavatkin, että pitkän aikavälin hintajousto voi erota lyhytaikaisesta.

Päätökset yrityksen valmistamien tuotteiden ja palveluiden myyntihinnasta ovat hyvin keskeisiä yrityksen kannattavuuden ja menestymisen osalta. Varsinaiselle asiakkaalle tapahtuvan hinnan määrittämisen lisäksi yrityksille on tärkeää määrittää hinnat sisäisille ostoille sillä ainakin suurissa rakennusliikkeissä hankekehitys ja rakentaminen voivat olla omat tuloksikkonsa, jolloin sisäinen hankinta vaikuttaa molempien tulokseen. (Haverila et al. 2005 s. 183.)

Asuntojen hintoihin vaikuttaa voimakkaasti uudisasuntojen hinnoittelu. Yritykset voivat käyttää hinnoitteluun monia erilaisia työkaluja kuten voittolisähinnoittelua (täyskatteinen hinnoittelu), jossa tuote tai palvelu hinnoitellaan lisäämällä tuotteen muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin jokin voittolisä. Katetuottohinnoittelussa tuotteen muuttuviin kustannuksiin lisätään tavoiteltu katetuotto, jolla katetaan kiinteät kustannukset ja voitto. Yritys voi hinnoitella tuotteita ja palveluja myös niiden sitomien pääomien mukaan asettamalla sidotulle pääomalle tuottovaateen. (Haverila et al. 2005, s. 183–188; Kinnunen et al. 2007, s. 123–130.)

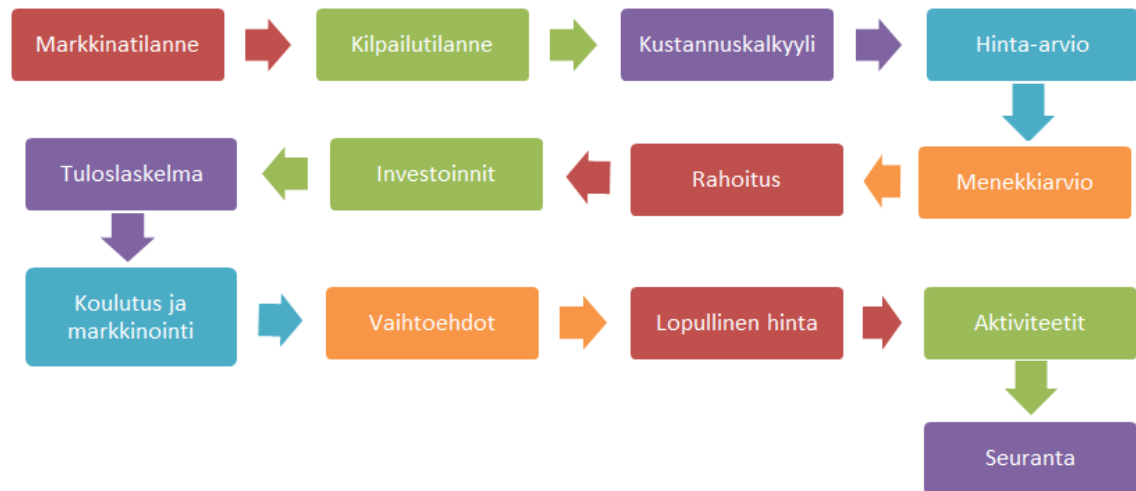
Neilimo & Uusi-Rauva (1999, s. 190) ehdottavat kuvan 3.16 mukaista prosessia hinnoittelun työkaluksi. Neilimon ja Uusi-Rauvan (1999) prosessista puuttuu eräs tärkeä tekijä, jonka Kotler ja Keller (2009, p. 383) ovat nostaneet hinnoittelun lähtökohdaksi: hinnoittelun tavoite! Kotlerin ja Kellerin (2009, p. 383) ehdotus hinnoittelun prosessiksi on:

1. Hinnoittelun tavoite
2. Kysynnän määrittäminen
3. Kustannusten arviointi
4. Kilpailija-analyysi
5. Hinnoittelumetodin valinta
6. Lopullinen hinnan määrittäminen

Kotler ja Keller (2009) tarkoittavat hinnoittelumetodilla laskentatapaa, jolla hinta määräytyy. Laskentatapa voi olla esimerkiksi täyskatteellinen hinnoittelu tai voittolisähinnoittelu.

Rakennuttaja voi hinnoitella yhteiskäyttötilat haluamallaan tavalla. Myytävät asunto-osakkeet sisältävät oikeuden käyttää taloyhtiön yhteisiä tiloja. Tämä oikeus on hinnoiteltu osakkeen hintaan. Rakennuttajan päätettäväksi jää onko hinta jyvitetty asuinliömetrien vai käytössä olevan yhteisen tilan mukaan. Vuokra- ja asumisoikeusyhtiöt hinnoittelevat yhteiskäyttötilojen käytön vastaavasti vuokrassa tai vastikkeessa. Myös taloyhtiö perii osakkeiden omistajilta pientä vastiketta yhteisten tilojen ylläpidosta kuten lämmityksestä ja siivouksesta. Nämä kustannukset hinnoitellaan omakustanneperuste-

sesti, sillä taloyhtiön ei ole tarkoituksenmukaista kerätä voittovaroja laskuttamalla osakailta ylimääräistä yhteisten tilojen ylläpidosta.



**Kuva 3.16** Hinnanasetanta prosessina (Neilimo & Uusi-Rauva, 1999, s. 190)

Toisinaan markkinoille muodostuu ylikysyntätilanteita, jolloin yritykset voivat nostaa hintoja merkittävästi. Tällöin puhutaan ”kermankuorintahinnoittelusta”. (Neilimo & Uusi-Rauva, 2009, s. 182). Asuntojen hintojen nousu on ollut pääkaupunkiseudulla muuta maata vilkkaampaa viime vuosina (SVT: Asuntojen hinnat, 2011), joten voidaan olettaa, että pääkaupunkiseudulla on ainakin jossain määrin ylikysyntätilanne, joka heijastuu asuntojen hintoihin.

Markkinoinnin perinteisessä neljän P:n mallissa hinta on helpoiten muokattavissa oleva tekijä, jolla yritykset voivat kilpailla markkinoilla (Kotler & Keller, 2009, p. 375). Tuotteen, jakeluteiden tai promootiotoimenpiteiden muokkaaminen vaatii yleensä suurempia ponnistuksia. Asuntojen hintoja sen sijaan on mahdollista pudottaa välittömästi, jos markkinatilanne sitä vaatii. Asuntojen hintojen vertailu on kuluttajille äärimmäisen helppoa, sillä Internet mahdollistaa tietyn alueen asuntotarjonnan hintatason tarkastamisen muutamassa minuutissa. Hintoja voi seurata suoraan myyjien sivuilta tai erilaisilta palvelun tuottajilta kuten etuovi.com:sta, jotka keräävät lähes kaikkien kiinteistövälittäjien kohteet yhdelle sivulle. ARA taas ylläpitää rekisteriä toteutuneista asuntokaupoista, josta kuluttajat voivat käydä tarkastamassa asuntokauppojen toteutuneita hintoja alueen, rakennusvuoden ja asuinneliöiden mukaan.

Hinnoittelu on tärkeä osa yrityksen strategiaa ja sen tulisi aina noudattaa yrityksen strategista asemoitumista markkinoilla (Kotler & Keller, 2009, p. 377). Kuluttajat tekevät ostopäätöksen pääsääntöisesti vertaamalla pyydettyä hintaa sopivana pitämäänsä hintatasoon (Kotler & Keller, 2009, p. 380). Kuluttajien mielestä asuntojen normaalihintataso on noussut viime vuosina selvästi, sillä kymmenen vuotta sitten kuluttajien mielestä asuntojen sopiva hinta oli huomattavasti nykyistä alhaisempi. ARA:n ylläpitämä hinta-

tietokanta toteutuneista kaupoista on varmasti yksi merkittävä referenssihintoja asettava tekijä asuntomarkkinoilla. Kiinteistövälittäjien myyntipuheet liittyvätkin usein sopivaan hintaan kyseisellä alueella.

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 4.1 Tapaustutkimus

Tutkimuksen tapauskohteet olivat Asokotien kaksi kerrostalokohdetta Tampereen Kaukajärvellä. Tapauskohteita kutsutaan tässä tutkimuksessa niiden osoitteilla: Luolakatu 1:ksi ja Luolakatu 4:ksi. Taulukossa 4.1 on esitetty kohteiden ominaisuuksia ja tiettyjä taustatekijöitä tapaustutkimuksen suorittamiseen liittyen.

***Taulukko 4.1** Tapauskohteiden esittely (Talotoimikuntien puheenjohtajat (Liite 1), Asokodit, 2011)*

	Luolakatu 1	Luolakatu 4
Valmistumisvuosi	1994	1997
Asuntoja	20	21
Talotoimikunnan PJ	Janne Laine	Paula Saarenmaa
PJ haastateltu	9.11.2011	10.11.2011
Kyselyn ennakkoKirje	16.11.2011	16.11.2011
Ovensuukysely	23.11.2011	22.11.2011
MuistutusKirje	Ei lähetetty	5.12.2011
Vastauksia ovelta	4	5
Vastauksia postista	10	7
Yhdistetty vastausprosentti	70 %	57,1 %
Talosauna	Ei	Ei
Kerhohuone	On	Ei
Kuivaushuone	On	On
AskarteluHuone	On	Ei
Kuntosali	On, väestönsuojassa	Ei
Häkkivarasto	On	On
Ylimääräisiä hakeja	On, 4 kpl	Ei
Ulkovälinevarasto	On	On, pyörävarastossa
Pyörävarasto	On	On, 2 kpl
Lasten leikkipaikka pihalla	On	On
Jätekatos	On	On
Talovarasto	On	On, häkkivarastojen yhteydessä
Grillikat	On	On
Keskimääräinen käyttöVastike	9,73 €/jm <sup>2</sup>	9,94 €/jm <sup>2</sup>
Keskimääräinen alkup. asumisoikeusmaksu	149,11 €/jm <sup>2</sup>	150,87 €/jm <sup>2</sup>

Tapaustutkimusta tehdessä käytetään tyypillisesti useita tutkimusmetodeja (Hirsjärvi et al. 2007, s. 130–131). Tässä tutkimuksessa sovellettavia tutkimusmenetelmiä olivat talotoimikuntien puheenjohtajien kanssa tehty kierros yhteiskäyttötiloihin, asukkaille suoritettu lomakehaastattelu ja lomakekysely. Saatua aineistoa verrattiin edelleen tutkijan käytössä olleisiin muihin laajempiin aineistoihin asumisesta. Hirsjärvi et al. (2007, s. 132) muistuttavat, että tutkimusmetodin tulee kuitenkin olla enemmän kuin pelkkä kerätty aineisto. Tämän tutkimuksen tutkimusote soveltaa sekä kvantitatiivista, että kvalitatiivista tutkimusotetta. Hirsjärven ja Hurmeen (2000, s. 37) mukaan tutkijoiden tuleekin olla joustavia ja valita sellaisten tutkimusmenetelmien joukko, joka tukee tutkimuksen tavoitteita.

Tutkimuksen aineiston kerääminen aloitettiin tutustumalla kohdetaloyhtiöiden yhteiskäyttötiloihin talotoimikuntien puheenjohtajien kanssa. Puheenjohtajien suostuminen esittelykierrokseen oli tutkimuksen kannalta erittäin tärkeää. Kierrosta voidaan pitää eräänlaisena teemahaastatteluna, jossa oli ainoastaan yksi teema, talon yhteiskäyttötilat. Tilojen tutustumisen yhteydessä talotoimikuntien puheenjohtajille oli mahdollisuus esittää syvällisempiä kysymyksiä. Syvällisempien kysymysten tarkoituksena on saada ymmärrystä ihmisten kokemuksista, ja löytää merkityksiä, joita tutkittavalla ilmiöllä on haastateltavalle (Seidman, 2006, p. 9). Tutkimuksen liitteenä 1 on puheenjohtajien haastattelut litteroituna tutkimuksen kannalta oleellisin osin.

Asukkaille suoritettua lomakehaastattelun ja -kyselyn tarkoituksena oli saada tietoa, kuinka paljon asukkaat arvostavat yhteiskäyttötiloja ja kuinka ne vaikuttavat asumisviihtyisyyteen. Tilojen arvostusta voidaan yrittää mitata kvantitatiivisin mittarein, joista maksuhalukkuus on yksi. Kuitenkin myös kvalitatiiviset ominaisuudet ovat tärkeitä etenkin tilojen markkinoinnin kannalta. Kohteen kotitalouksiin jaettiin liitteen 2 ennakkoilmoitus haastattelujen toteuttamisesta, jotta vastausprosentti nousisi mahdollisimman hyväksi. Lomakehaastattelut suoritettiin ensin ovelta ovelle kiertämällä ja lomakekysely jakamalla kyselylomakkeet postiluukusta kotitalouksiin, joissa kukaan ei avannut kyselyn tekijälle ovea. Lomakehaastattelussa ja -kyselyssä käytettiin samaa lomaketta. Haastattelu- ja kyselylomakkeet ovat liitteinä 3 ja 4, kyselyn saate liitteenä 5. Luolakatu 1:n vastausprosentiksi muodostui erinomainen 70,0 %. Luolakatu 4:ään postitettiin muistutuskirje, sillä vastausprosentti jäi ensimmäisen kyselyn jälkeen melko pieneksi. Muistutuskirjeen jälkeen Luolakatu 4:n vastausprosentti nousi 57,1 %:iin.

Lomakehaastattelussa tai -kyselyssä kysymysten muoto ja järjestys on täysin ennalta määrätty. Lomakehaastattelu on hyvä tapa kerätä kattavasti tietoa tietyiltä ryhmiltä, sillä haastattelut sujuvat nopeasti ja ne ovat teknisesti helppo toteuttaa. (Hirsjärvi & Hurme, 2000, s. 45.) Henkilökohtainen kontakti haastateltavan kanssa voi kuitenkin olla ongelmallinen tutkimusmenetelmä, sillä haastateltavat saattavat antaa itsestään sosiaalisesti suotavia vastauksia (Foddy, 1995 p. 118; Hirsjärvi et al. 2007, s. 201 mukaan). Tässä tutkimuksessa käytettiin sekä lomakehaastattelua, että -kyselyä, sillä pelkän lomake-

kyselyn yleinen vastausprosentti (n. 30 %) olisi käytetyissä tapauskohteissa liian pieni, sillä kohteissa on vain 20 ja 21 kotitaloutta.

Hirsjärvi et al. (2007, s. 180) suosittelevat lomakekyselyn käyttämistä, kun halutaan selvittää, mitä ihmiset tekevät yksityiselämässään tai mitä he ajattelevat tietyistä asioista. Kyselylomakkeiden kysymykset olivat taustamuuttujia lukuun ottamatta asteikollisia kysymyksiä. Asteikollisten kysymysten etuna on helppo vertailtavuus ja erilaisten tilastollisten analyysien laatiminen (Hirsjärvi et al. 2007, s. 196). Kyselylomakkeiden avulla voidaan kerätä tietoa vastaajien käyttäytymisestä, tiedoista, arvoista ja asenteista (Hirsjärvi et al. 2007, s. 192). Tässä tutkimuksessa etenkin arvot ovat tärkeitä, sillä tutkimuksen tarkoituksena on selvittää asukkaiden maksuhalukkuutta tiloista, joka perustuu tilojen tuottamaan arvoon asukkaalle. Markkinoinnin kannalta taas on tärkeää ymmärtää, millaisia asenteita ihmisillä on yhteiskäyttötiloihin liittyen.

Käytettävä tapaustutkimus ei ole valinta tutkimusmetodista vaan valinta siitä, mitä kohdetta tutkitaan (Stake, 1994, p. 236). Toisaalta Yin (2009) pitää tapaustutkimusta juuri tutkimusmetodina. Hirsjärvi et al. (2007) luokittelevat tapaustutkimuksen tutkimustyyppiksi, kun taas Laine et al. (2007) kutsuvat tapaustutkimusta tutkimustavaksi tai tutkimusstrategiaksi. Staken määritelmä lienee tässä tapauksessa sopivin, sillä tapaukset on valittu juuri tiettyjen ominaisuuksien mukaan, joten itse tapaukset ovat valinta tutkimuksen kohteesta, eikä tässä yhteydessä ole mielekästä käyttää tapaustutkimuksesta termiä tutkimusmetodi. Laine et al. (2007 s. 10) muistuttavatkin, että tutkijan tulee erottaa tapaus ja tutkimuksen kohde toisistaan.

Tapaustutkimuksessa keskitytään itse tutkittavaan asiaan, josta halutaan saada selvää. Tutkijan päätettäväksi jää millä tutkimusmetodilla hän tutkii kyseistä kohdetta (Stake, 1994, p. 236). Tapaustutkimukselle on tyypillistä, että tutkittavaa tapausta ei pystytä ymmärtämään aivan täysin, vaan tutkijan tulee itse ratkaista, mikä on riittävä ymmärryksen määrä kyseisen tutkimuksen kannalta (Stake, 1994, p. 238). Tämä tutkimuksen, kuten tapaustutkimuksen avulla yleensä ei voida tehdä kaikkia suomalaisia asukkaita koskevaa yleistystä, sillä tutkittava otos ei missään nimessä edusta koko populaatiota. Tämä onkin tyypillinen piirre tapaustutkimuksella. Tapaustutkimuksen tarkoituksena ei ole tehdä koko populaatiota koskevia yleistyksiä vaan antaa lisätietoa tutkittavasta aiheesta (Laine et al. 2007, s. 11–12).

Useamman kuin yhden tapauskohteen valinta johtaa todennäköisemmin parempaan lopputulokseen (Yin, 2009, pp. 60–61). Yin (2009) kuitenkin varoittaa, että useamman tapauskohteen valinta lisää työmäärää huomattavasti, sillä jokainen tapauskohde on tutkimus itsessään. Useamman tapauksen tutkimuksessa tulee tehdä yksittäiset tutkimukset jokaisesta tutkitusta tapauksesta sekä näiden välinen vertailu (Yin, 2009, pp. 53–59). Jos tapaustutkimuksessa tutkitaan kahta tapausta tulisin näiden tapausten olla mahdollisimman samankaltaisia tai edustaa tietyn ilmiön kahta ääripäätä (Laine et al. 2007, s. 28).

Tässä tutkimuksessa kaksi tapausta on valittu siten, että niiden yhteiskäyttötilat ovat mahdollisimman erilaisia. Tämä mahdollistaa huomattavasti laajemman näkökulman tutkittavan aiheeseen.

Yin (2009, pp. 56–57) neuvoo tapaustutkimusta valmistelevia tutkijoita ottamaan huomioon mahdollisuuden, että kun tapaustutkimus on suoritettu, aiheesta voi löytyä uusia näkökulmia, jotka olisi tullut ottaa huomioon jo tutkimuksen alkuvaiheessa. Useamman tapauskohteen valinta kasvattaa mahdollisuutta tähän, sillä tapausten välisistä eroavaisuuksista voi nousta esiin uusia ennalta arvaamattomia kysymyksiä (Kurunmäki, 2007, s. 74–92). Yin (2009) suosittelee tutkijoita säilyttämään mahdollisuuden kerätä uutta tietoa tapauksista tai mahdollisesti suorittaa uusia tapaustutkimuksia.

Tilastolliset analyysit voidaan jakaa karkeasti kahteen osaan kuvaileviin analyysihin ja tilastolliseen inferenssiin (päättelyyn). Kuvaileminen on aineiston esittämistä erilaisten kuvaajien, taulukoiden ja tunnuslukujen avulla, kun inferenssin avulla pyritään tekemään johtopäätöksiä käytetystä populaatiosta. Inferenssi perustuu erilaisiin todennäköisyysjakaumiin ja niiden hyväksi käyttöön testien ja analyysien yhteydessä. (Leppälä, 2004, s. 7.)

Kyselylomakkeiden (liitteet 3 ja 4) alussa on kysytty taustatietoja kuten asunnon neliömäärää ja sukupuolta. Yhteiskäyttötilojen käyttöä mittaavat kysymykset ja toisen sivun väittämät ovat välimatka-asteikollisia kysymyksiä. Välimatka-asteikolliset kysymykset ovat sellaisia, joilla voidaan analysoida arvojen välisiä eroja. Usein käytetty Likert-asteikko ei aina ole välimatka-asteikko, jos keskimmäisenä vastausvaihtoehtona on ”en osaa sanoa” tai vastaava (Metsämuuronen, 2006, s. 60–61). Kyselytutkimuksen tuloksia on analysoitu tilastotieteen menetelmillä, joiden avulla voidaan tehdä päätelmiä empiirisestä aineistosta (Metsämuuronen, 2006, s. 25).

## 4.2 Asokodit

”Asokodit on Suomen suurin asumisoikeusasuntojen omistaja”. Yhtiön omistavat puoliaksi asuntorakennuttajat VVO ja SATO. (Asokodit, 2011.) Asokodit omistaa noin 38,5 % Suomen 36 000 asumisoikeusasunnoista (Suomen asumisoikeusyhdistys, 2011). Asokodit omistaa asuntoja pienistä yksiöistä suurempiin omakotitaloihin (Suomen Asumisoikeus Oy, 2011).

### Historia

Asokotien perustaminen ajoittuu 1980-luvun lopun nousukaudelle. Asuntojen hinnat nousivat erittäin korkeaksi erityisesti pääkaupunkiseudulla ja Suomessa nähtiin tarve perustaa asumisoikeusjärjestelmä. Vuonna 1990 astui voimaan laki asumisoikeusjärjestelmästä ja jo vuonna 1991 valmistui ensimmäinen asumisoikeustalo. Rovaniemellä oleva talo on Asokotien omistuksessa (Asokodit, 2011).

Suomen Asumisoikeus Oy:lle on annettu Y-tunnus vuonna 1990. Aluksi yritys toimi nimellä Asoasunnot Oy. Yrityksen nimi muuttui nykyiseksi vuonna 2002. (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä, 2011.) Julkisuudessa yhtiö käyttää kuitenkin apunimeään Asokodit.

### **Toiminta-ajatus**

Asokotien toiminta-ajatuksena on omistaa kannattavasti laadukkaita asumisoikeusasuntoja pääkaupunkiseuduilta ja kasvukeskuksista. Yhtiön toiminta perustuu jatkuvaan kehittymiseen valittujen kumppaneiden kanssa. Myös asukasyyhteistyö on merkittävä osa yhtiön toimintaa. (Asokodit, 2011.) Asokodit kehittää toimintaansa ja asumisoikeusjärjestelmää yhteistyössä asukkaiden, yhteistyökumppaneiden ja viranomaisten kanssa (Suomen Asumisoikeus Oy, 2011)

### **Visio**

Asokotien visiona on tarjota ”parasta asumispalvelua elämän eri vaiheisiin”. (Asokodit, 2011)

### **Arvot**

Asokotien toimintaa ohjaavina arvoina ovat avoimuus, luovuus, jatkuvuus ja kumppanuus. (Asokodit, 2011)

### **Strategiset tavoitteet**

”Yhtiön keskeisenä strategisena tavoitteena on kiinteistöjen pitkäjänteinen ja kannattava omistaminen ja hallinnointi kiinteässä yhteistyössä asukkaiden ja valittujen yhteistyökumppaneiden kanssa.” (Suomen Asumisoikeus Oy, 2011).

### **Tunnusluvut**

Taulukoissa 4.2 ja 4.3 on esitetty Asokotien keskeisiä tunnuslukuja vuodelta 2010.

**Taulukko 4.2** Asokotien keskeiset tunnusluvut 2010 (Asokodit, 2011)

Asukkaita	n. 40 000
Toimipaikkakuntia	32
Asuinpinta-alaa	963 226
Kiinteistöjä	609



**Taulukko 4.3** Asokotien keskeiset taloudelliset tunnusluvut tilikaudella 2010 (Asokodit, 2011; Suomen Asumisoikeus Oy, 2011)

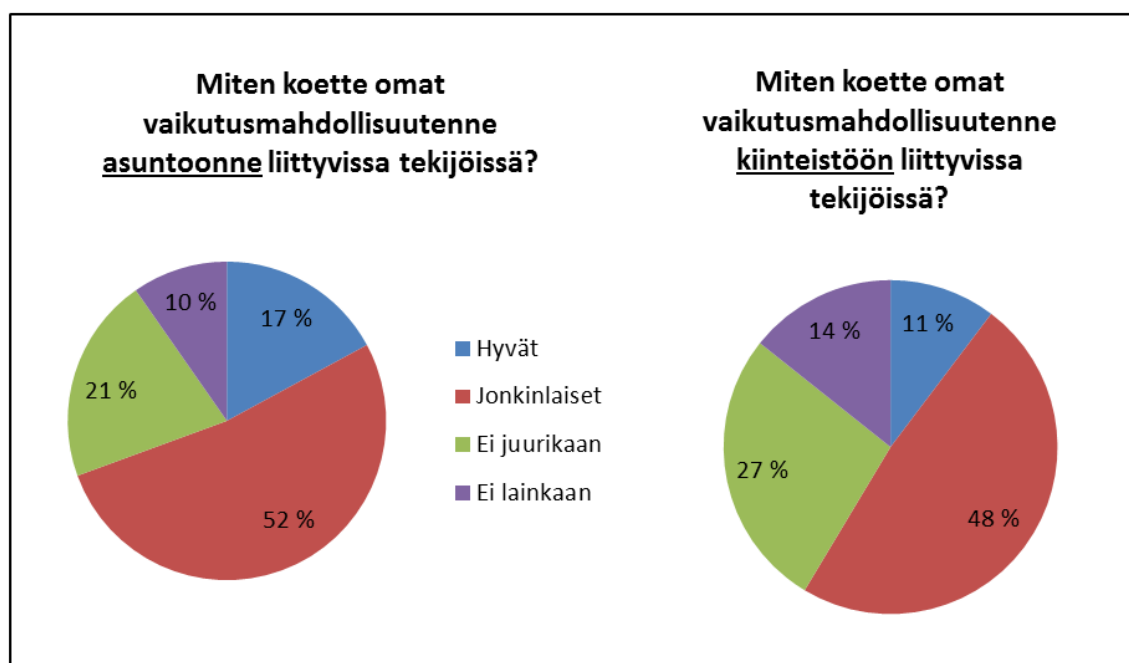
Tase	1 189 milj. €
Liikevaihto	118 milj. €
Liikevoitto	45 milj. €
Oma pääoma	237 milj. €
,josta asumisoikeusrahasto	172 milj. €
Osakepääoma	1,2 milj. €
Lainakanta	903,5 milj. €
, josta vuosimaksulainoja	788,9 milj. €
ja korkotukilainoja	114,6 milj. €

Asokodit on todella velkaantunut yritys ainakin verrattuna suomalaisiin pörssiyrityksiin, sillä sen omavaraisuusaste on vain 19,9 %. Yrityksen velat ovat kuitenkin korkotuettuja valtionlainoja ja vuosimaksulainoja, jolloin suhdetta ei voi suoraan verrata muihin osakeyhtiöihin. Vuosimaksulainojen korko perustuu inflaatioon, kun taas korkotuetuissa lainoissa on markkinaehtoinen korko, johon sisältyy valtion korkotuki. Asokodit käyttää velkavipua tehokkaasti toiminnassaan, sillä omistajat ovat sijoittaneet yrityksen osakepääomaan vain 1,2 miljoonaa euroa, joka vastaa noin yhtä promillea tasearvosta. (Asokodit, 2011; Suomen Asumisoikeus Oy, 2011.) Suomen asumisoikeusasukkaat ry SASO vaatiikin asumisoikeusasukille parempia oikeuksia, sillä asumisoikeusyhtiöiden omasta pääomasta käytännössä lähes 100 % on kertynyt asumisoikeusasukkaiden maksamina maksuina (Suomen asumisoikeusasukkaat ry SASO, 2011).

Yhtiön liikevoittoprosentti on 38,4 % liikevaihdosta. Oman pääoman tuotto on 12,0 % laskettuna koko omalle pääomalle, josta valtaosa koostuu asumisoikeusrahastosta. Pelkälle omistajien sijoittamalle omalle pääomalle tilikauden voitto on peräti 3750 %. Asokodit voi kotouttaa yhtiön voittoja omistajilleen valtioneuvoston päätöksen (VNp 1203/1999) mukaisesti: ”Kultakin tilikaudelta tuloutettava hyväksyttävä vuotuinen tuotto saa olla enintään 5,68 prosenttia laskentaperusteesta. Jos hyväksyttävä tuotto tai osa siitä tuloutetaan siten, että se on saajalleen veronalaista tuloa eikä siihen sovelleta lakia yhtiöveron hyvityksestä (1232/1988) saa tuotto vuotuiseksi tuotoksi laskettuna olla kuitenkin enintään 8 prosenttia laskentaperusteesta.”

Asokodit erottuu Vuorelan ja Ahtiaisen (2010) tekemässä tutkimuksessa melko negatiivisesti muista asumisoikeusyhtiöistä. Kyselyyn vastanneet Asokotien asukkaat, jotka poimittiin Suomen asumisoikeusyhteisöt ry:n rekisteristä, pitivät asumisoikeusasumista kaikista muista yhtiöistä tulleita vastaajia kalliimpina. Asokotien asukkaat olivat myös useimmin eri mieltä väitteen ”asumisoikeusasunnot ovat laadukas asumismuoto” kanssa. Vastaukset eivät kuitenkaan ole täysin vertailukelpoisia, sillä mielipiteet eroavat voimakkaasti myös talotyypeittäin, eikä Vuorelan ja Ahtiaisen (2010) tutkimuksessa selvinnyt millaisessa talotyypeissä vastaajat asuivat yhtiöittäin.

Asokotien asukkaat kokevat omat vaikuttamismahdollisuutensa asuntoon ja kiinteistöön liittyvissä asioissa hyvin erilaisiksi, sillä merkittävä osa vastaajista pitää mahdollisuuksiaan olemattomina ja kuitenkin samalla melko suuri osa pitää mahdollisuuksiaan hyvinä (Vuorela & Ahtiainen, 2010, s. 25.) Ilmeisesti asukkaiden vaikuttamismahdollisuuksissa on eroja kiinteistöjen välillä. Kokemuksia omista vaikutusmahdollisuuksista on esitetty kuvassa 4.1. Asokodit noudattaa toiminnassaan yhteishallintolakia (Suomen Asumisoikeus Oy, 2011, s. 5). Yhteishallintolain (Laki yhteishallinnosta vuokrataloissa 16.7.1990/649) tarkoituksena on ”antaa asukkaille päätösvaltaa ja vaikutusmahdollisuus omaa asumistaan koskevissa asioissa sekä lisätä asumisviihtyvyyttä ja edistää vuokratalojen kunnossapitoa ja hoitoa.” (L 16.7.1990/649)



**Kuva 4.1** Asokodeissa asuvien 321 henkilön näkemykset omiin vaikutusmahdollisuuksiin asuntoon ja kiinteistöön liittyvissä asioissa (Vuorela & Ahtiainen, 2010, s. 25)

Asokotien asukkaista noin 15 % ei suosittelisi asumisoikeusasumista tuttavilleen. Luku on kaikista Vuorelan ja Ahtiaisen (2010, s. 28) osallistuneista seitsemästä asumisoikeusyhtiöstä suurin. Vain melko harva (noin 12 %) Asokotien vastaajista verrattuna muihin yhtiöihin on jo suositellut asumisoikeusasumista tuttavilleen. (Vuorela & Ahtiainen, 2010, s. 28) Asokotien asukkaat ovat suhteessa muiden yhtiöiden asumisoikeusasuinnoissa asuviin melko tyytymättömiä asumiseensa. Vuorelan ja Ahtiaisen (2010, s. 32) tekemän kuiluanalyysin mukaan, jossa verrattiin eri tekijöiden merkityksestä ja nykyisestä laadusta, mukaan Asokodeilla on eniten parannettavaa materiaalien laadussa, autotalleissa/ -katoksissa ja talvikunnossapidossa.

## 5 TULOKSET

### 5.1 Kyselytutkimuksia

Tampereen teknillisen yliopiston Asumisen liiketoiminnan tutkimusryhmä ASLI on tehnyt ALMA- hankkeessa vuonna 2010 asukaskyselyn, johon vastasi yhteensä 807 henkeä eri puolilta Suomea. Seuraavassa on esitetty muutamia tilastoja ALMA tutkimuksesta, jotka ovat tämän tutkimuksen kannalta mielenkiintoisia.

#### Tyytyväisyys taloon

ALMA- kyselyssä kysyttiin vastaavasti kuin tämän tutkimuksen kyselyssä talossa viihtymistä. Kysymykseen ”kuinka hyvin viihdytte nykyisessä talossanne” vastasi yhteensä 510 kerrostalossa (kerrostalo/ pienkerrostalo/ luhtitalo) asunutta vastaajaa. Taulukossa 5.1 vastaukset on kategorisoitu riveille siten, että 1= melko tai erittäin huonosti, 2= melko hyvin ja 3= hyvin. Sarakkeet kuvaavat kerrostaloissa asuvien asukkaiden käytössä olevien yhteiskäyttötilojen määrää. Kyselyssä listattiin yhteensä 15 yhteiskäyttötilaa, joista vastaajat ilmoittivat mitä heillä oli käytössään nykyisessä talossa tai yhtiössä. Enimmillään yhdellä vastaajalla oli käytössä 13 yhteistilaa. Yhteiskäyttötilojen määrä on kategorisoitu sarakkeisiin siten, että 0–4 tilaa= vähän, 5–9 tilaa= kohtalaisesti ja 10–13 tilaa= paljon.

**Taulukko 5.1** SPSS tulosteena ristiintaulukointi kategorisoitujen yhteiskäyttötilojen määrästä ja talossa viihtymisestä

Kategorisoitu talossa viihtyminen * Kategorisoitu summamuuttuja yhteistiloista Crosstabulation						
			Kategorisoitu summamuuttuja yhteistiloista			Total
			Vähän	Kohtalaisesti	Paljon	
Kategorisoitu talossa viihtyminen	Melko tai erittäin huonosti	Count	20	81	8	109
		% within Kategorisoitu talossa viihtyminen	18,3%	74,3%	7,3%	100,0%
	Melko hyvin	Count	32	187	29	248
		% within Kategorisoitu talossa viihtyminen	12,9%	75,4%	11,7%	100,0%
	Erittäin hyvin	Count	20	118	15	153
		% within Kategorisoitu talossa viihtyminen	13,1%	77,1%	9,8%	100,0%
Total	Count	72	386	52	510	
	% within Kategorisoitu talossa viihtyminen	14,1%	75,7%	10,2%	100,0%	

Taulukosta 5.1 nähdään, että yhteiskäyttötilojen kokonaismäärällä ei kyselyn mukaan ole vaikutusta talossa viihtymiseen. Taulukossa 5.2 on esitetty ristiintaulukoinnin  $\chi^2$ -testi (khii-toiseen testi). Testi perustuu nollahypoteesin, joka on väittämä populaatiosta. Testissä nollahypoteesina  $H_0$ =”yhteiskäyttötilojen määrä ei vaikuta talossa viihtymi-

seen”. Tässä tutkielmassa ei esitellä khii-toiseen testin laskentaa, vaan tulokset lasketaan käyttäen SPSS-ohjelmistoa.

**Taulukko 5.2**  $\chi^2$ -testi talossa viihtymisen ja yhteiskäyttötilojen välisestä riippuvuudesta

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,272 <sup>a</sup>	4	,513
Likelihood Ratio	3,233	4	,520
Linear-by-Linear Association	1,218	1	,270
N of Valid Cases	510		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,11.

Taulukon alalaidasta (kohta a.) nähdään, että testiä voidaan käyttää, sillä pienin odotettu (teoreettinen) frekvenssi on 11,11 ja alle viiden havainnon teoreettisia frekvenssejä on nolla (Leppälä, 2004, s. 22–24).  $\chi^2$  riippumattomuustestin arvo (Pearson Chi-Square) on 3,272, jonka ei voida katsoa kuuluvan harvinaisten arvojen joukkoon, sillä ”Asymp. Sig. (2-sided)” on suurempi, kuin mikä tahansa hyväksytty riskitaso, jolloin nollahypoteesi hyväksytään, eli yhteiskäyttötilojen määrä ei vaikuta talossa viihtymiseen.

### Tyytyväisyys asuntoon

Kysymykseen ”kuinka hyvin viihdytte nykyisessä asunnossanne” vastasi yhteensä 521 kerrostalossa (kerrostalo/ pienkerrostalo/ luhtitalo) asunutta vastaajaa. Taulukossa 5.3 vastaukset on kategorisoitu riveille vastaavasti kuten talossa viihtymisenkin suhteen, että 1= melko tai erittäin huonosti, 2= melko hyvin ja 3= hyvin. Sarakkeet kuvaavat käytössä olevien yhteiskäyttötilojen määrää vastaavasti kuin talossa viihtymisen suhteen.

**Taulukko 5.3** Ristiintaulukointi kategorisoitujen yhteiskäyttötilojen määrästä ja asunnossa viihtymisestä

Kategorisoitu viihtyminen asunnossa * Kategorisoitu summamuuttuja yhteistiloista Crosstabulation						
			Kategorisoitu summamuuttuja yhteistiloista			Total
			Vähän	Kohtalaisesti	Paljon	
Kategorisoitu viihtyminen asunnossa	Melko tai erittäin huonosti	Count	12	63	7	82
		% within Kategorisoitu viihtyminen asunnossa	14,6%	76,8%	8,5%	100,0%
	Melko hyvin	Count	27	163	25	215
		% within Kategorisoitu viihtyminen asunnossa	12,6%	75,8%	11,6%	100,0%
	Erittäin hyvin	Count	34	168	22	224
		% within Kategorisoitu viihtyminen asunnossa	15,2%	75,0%	9,8%	100,0%
Total	Count	73	394	54	521	
	% within Kategorisoitu viihtyminen asunnossa	14,0%	75,6%	10,4%	100,0%	

Taulukon 5.3 tuloksista nähdään, että yhteiskäyttötilojen kokonaismäärällä ei ole vaikutusta myöskään asunnossa viihtymiseen. Taulukossa 5.4 on esitetty ristiintaulukoinnin  $\chi^2$ -testi. Testissä nollahypoteesina on  $H_0$ =”yhteiskäyttötilojen määrä ei vaikuta asunnossa viihtymiseen”.

**Taulukko 5.4** SPSS- tuloste  $\chi^2$  -testistä asunnossa viihtymisen ja yhteiskäyttötilojen välisestä riippuvuudesta

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,252 <sup>a</sup>	4	,869
Likelihood Ratio	1,263	4	,868
Linear-by-Linear Association	,051	1	,821
N of Valid Cases	521		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,50.

$\chi^2$ -testin oletukset ovat voimassa, sillä alle viiden havainnon teoreettisia frekvenssejä ei ole lainkaan ja pienin odotettu frekvenssi on 8,50.  $\chi^2$ -testin arvo 1,252 ei kuulu harvinaisten arvojen joukkoon jolloin nollahypoteesi ”Yhteiskäyttötilojen määrä ei vaikuta asunnossa viihtymiseen” hyväksytään.

### Asumisaika

Yhteiskäyttötiloilla saattaa olla piilevä vaikutus ihmisten viihtymiseen talossa, joka ilmenee pitkänä asumisaikana. Joissain tapauksissa yhteiskäyttötilat voivat mahdollistaa pidempiaikaisen asumisen samassa asunnossa. ALMA- kyselyssä kysyttiin myös kuinka pitkään asukkaat ovat asuneet nykyisessä asunnossa. Taulukossa 5.5 on esitetty ristiintaulukoituna kategorisoitu asumisaika nykyisessä asunnossa ja kategorisoitu yhteiskäyttötilojen määrä kuten aiemmin.

**Taulukko 5.5** Ristiintaulukointi kategorisoitujen yhteiskäyttötilojen määrästä ja asuinajasta nykyisessä asunnossa

Kategorisoitu asumisaika nykyisessä asunnossaa * Kategorisoitu summamuuttuja yhteistiloista Crosstabulation						
			Kategorisoitu summamuuttuja yhteistiloista			Total
			Vähän	Kohtalaisesti	Paljon	
Kategorisoitu asumisaika nykyisessä asunnossaa	Alle neljä vuotta	Count	42	201	26	269
		% within Kategorisoitu asumisaika nykyisessä asunnossaa	15,6%	74,7%	9,7%	100,0%
	4-9 vuotta	Count	19	108	15	142
		% within Kategorisoitu asumisaika nykyisessä asunnossaa	13,4%	76,1%	10,6%	100,0%
	10 vuotta tai kauemmin	Count	12	85	13	110
		% within Kategorisoitu asumisaika nykyisessä asunnossaa	10,9%	77,3%	11,8%	100,0%
Total	Count	73	394	54	521	
	% within Kategorisoitu asumisaika nykyisessä asunnossaa	14,0%	75,6%	10,4%	100,0%	

Yhteiskäyttötilojen määrä ei näytä vaikuttavan myöskään asumisaikaan. Taulukossa 5.6 olevat  $\chi^2$ -testin tulokset todistavat, että yhteiskäyttötilojen määrä ei vaikuta asumisaikaan nykyisessä asunnossa.

**Taulukko 5.6**  $\chi^2$ -testi asumisajan ja yhteiskäyttötilojen välisestä riippuvuudesta

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,717 <sup>a</sup>	4	,788
Likelihood Ratio	1,756	4	,781
Linear-by-Linear Association	1,563	1	,211
N of Valid Cases	521		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,40.

ASLI:n SEVERI tutkimushankkeessa lähetettiin lomakekysely senioritaloihin liittyen 4000 yli 40-vuotiaalle. Kyselyyn vastasi yhteensä noin 1140 henkeä vastaausprosentin ollessa 28,6 %. Kysymykset liittyivät pääosin senioritaloihin, mutta osana kyselyä pyydettiin arvioimaan myös tiettyjä asuintalon ominaisuuksia tärkeyden mukaan. Ominaisuuksia arvioitiin neliportaisella asteikolla, jossa 4= ehdoton, oltava talossani; 3= tärkeä, mutta ei ehdoton; 2= ei tärkeä, merkityksetön; 1= en halua talooni. Taulukossa 5.7 on esitetty 678 kerrostalossa asuvan vastaajien vastaausprosentit yhteiskäyttötilojen osalta.

**Taulukko 5.7 SEVERI -kyselyyn kerrostaloissa asuvien 678 vastaajan vastausten jakauma yhteiskäyttötiloista (luvut prosentteja vastauksista)**

	En halua talooni	Ei tärkeä, merkityksetön	Tärkeä, mutta ei ehdoton	Ehdoton, oltava talossani
<b>Yhteissauna</b>	12,6	29,6	31,3	26,5
<b>Pyykkitupa</b>	6,9	21,9	36,7	34,6
<b>Pyykinkuivaushuone</b>	5,5	18,3	37,4	38,8
<b>Kerhotila</b>	12,6	43,8	36,3	7,3
<b>Vierashuone</b>	17,7	45,1	31,3	5,8
<b>Askartelutila</b>	18,7	51,5	25,9	3,9
<b>Käsityötila</b>	23,5	53,0	20,8	2,7
<b>Autojen huoltopaikka</b>	23,0	44,5	27,3	5,2
<b>Yhteinen piha-alue</b>	4,2	19,7	49,5	26,6
<b>Kuntoilutila</b>	13,9	41,5	37,4	7,2

SEVERI kyselyn mukaan pyykinkuivaushuone ja pyykkitupa olivat suosituimpia yhteiskäyttötiloja. Pyykinkuivaustilaa piti ehdottomana lähes 40 % ja pyykkitupaakin lähes 35 % vastaajista. Myös yhteissaunaa ja yhteistä piha-aluetta pidettiin tärkeinä. Vähiten toivottuja yhteiskäyttötiloja listatuista olivat käsityötila ja autojen huoltopaikka.

## 5.2 Luolakatu 1

Luolakatu 1:n asukkaista yhteensä 14 vastasi kyselyyn, vastausprosentin ollessa erittäin hyvä 70 %. Luolakatu 1:n vastaajat olivat asuneet nykyisessä asunnossaan keskimäärin vain 3,93 vuotta. Vastaajien talouksissa asui keskimäärin 2,21 henkilöä. Lähes puolet eli kuusi vastaajaa asui kahden hengen taloudessa. Kuudessa taloudessa asui alle 18-vuotiaita lapsia. Vastaajien keski-ikä oli 48 vuotta. Seitsemän vastaajaa oli naisia, kuusi miehiä ja yksi ei ilmoittanut sukupuoltaan.

Taulukossa 5.8 on esitetty vastausten otossuureita kysymyksestä: ”Kuinka paljon käytätte seuraavia yhteiskäyttötiloja”, jossa 5= jatkuvasti, 4= usein, 3= joskus, 2= harvoin ja 1= en koskaan. Luolakatu 1:n asukkaat käyttävät keskimääräisesti useammin häkki-varastoa, pyörävarastoa ja kuivaushuonetta. Muiden tilojen käytön keskiarvo jäi 2,00:aan tai pienemmäksi. Harvemmin käytettyjen tilojen vastausten keskiarvot ovat hajonneet huomattavasti vähemmän, kuin paljon käytettyjen. Harvoin käytettyjen tilojen vastaukset jakaantuivat usein pelkästään asteikon pieneen päähän, kun usein käytettyjen

tilojen vastaukset jakaantuivat koko asteikolle. (Taulukoissa olevat englanninkieliset termit ja lyhenteet ovat suomeksi: N= havaintojen määrä; valid= käypien arvon määrä; missing= puuttuvien arvojen määrä; Mean= keskiarvo; Std. deviation= keskihajonta; Variance= varianssi.)

**Taulukko 5.8** Kyselyn vastausten otossuureita Luolakatu 1:n asukkaiden yhteiskäyttötilojen käytöstä

Statistics		Pyörävarasto	Häkkivarasto	Talovarasto	Kuivaushuone	Leikkipaikka	Grillikatos
N	Valid	14	14	14	14	14	14
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3,07	4,00	1,79	2,64	1,36	2,00
Std. Deviation		1,141	1,177	1,122	1,550	,497	1,038
Variance		1,302	1,385	1,258	2,401	,247	1,077

Statistics		Kerhuhuone	Askarteluhuone	Väestönsuojan kuntosali	Vaunuvarasto	Alakerran WC
N	Valid	14	14	14	14	14
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		1,71	1,50	1,43	1,71	1,43
Std. Deviation		,726	,760	,646	1,204	,646
Variance		,527	,577	,418	1,451	,418

Luokatu 1:n asukkaat pitivät yhteiskäyttötiloja hyvinä, sillä vastausten keskiarvo väittämään ”taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat” oli 3,36; kun 4= täysin samaa mieltä, 3= osittain samaa mieltä, 2= osittain eri mieltä ja 1= eri mieltä. Taulukossa 5.9 on esitetty vastausten tunnuslukuja kysytyihin väitteisiin. Vaikka tiloja pidettiin hyvinä, ne olivat vaikuttaneet vain harvan asunnon valintapäätökseen. Asukkaat ovat kuitenkin tulleet tietoisemmiksi yhteiskäyttötilojen vaikutuksesta asumiseen, sillä yhteiskäyttötilat vaikuttavat seuraavan asunnon valintaan jo huomattavasti useammin. Asukkaiden mielestä yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä talossa, sillä vastausten keskiarvoksi muodostui 2,86. Yhteiskäyttötilojen suuri määrä näkyy vastauksissa, sillä vain harva olisi valmis maksamaan lisää vastiketta, jos tilat olisivat monipuolisemmat. Sen sijaan suuri osa vastaajista olisi valmis luopumaan yhteiskäyttötiloista, jos asumiskustannukset vähenisivät. Luolakatu 1:n asukkaat viihtyivät nykyisessä talossa ja asunnossaan pääosin hyvin.



**Taulukko 5.9 Luolakatu 1:n asukkaiden vastausten otossuureita väittämistä**

Statistics					
		Yhteiskäyttötilat vaikuttivat valintapäätöksen, kun valitsin nykyisen asuntoni	Yhteiskäyttötilat vaikuttavat seuraavan asunnon valintapäätökseen, kun harkiten muuttoa	Taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat	Yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossani
N	Valid	14	14	14	14
	Missing	0	0	0	0
Mean		1,57	2,07	3,36	2,86
Std. Deviation		,938	,917	,633	,864
Variance		,879	,841	,401	,747

Statistics						
		Olisin valmis maksamaan enemmän käyttövastiketta, jos yhteiskäyttötilat olisivat monipuolisemmat	Olisin valmis luopumaan joistain yhteiskäyttötiloista, jos käyttövastikkeen vähenisi edes hieman	Olisin valmis vaihtamaan asuntoni saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos talossa olisi sauna	Viihdyn nykyisessä talossani hyvin	Viihdyn nykyisessä asunnossani hyvin
N	Valid	13	14	14	14	14
	Missing	1	0	0	0	0
Mean		1,62	3,29	1,29	3,36	3,29
Std. Deviation		1,121	,994	,825	,842	,914
Variance		1,256	,989	,681	,709	,835

### 5.3 Luolakatu 4

Luolakatu 4:n asukkaat olivat passiivisempia vastaamaan postikyselyyn, sillä kohteesta palautui seitsemän vastauskuorta. Ovensuunkyselyn ja postikyselyn yhteiseksi vastausprosentiksi muodostui kuitenkin hyvä 57,1 %. Vastausprosentti jäi Luolakatu 1:stä pienemmäksi, vaikka kohteeseen jaettiin muistutuskirje. Kyselyyn vastanneet Luolakatu 4:n asukkaat olivat asuneet kohteessa keskimäärin 8,42 vuotta. Kaksi vastaajista oli ilmeisesti muuttanut kohteeseen sen valmistuttua 1997, sillä he olivat vastanneet asuinajakseen 14 ja 15 vuotta. Vastaajat asuivat keskimäärin 1,92 hengen talouksissa ja vain kahdessa taloudessa asui lapsia. Vastaajien keski-ikä oli 45,6 vuotta. Yhdeksän 12 vastaajasta oli naisia.

Taulukossa 5.10 on esitetty Luolakatu 4:n asukkaiden vastauksia yhteiskäyttötilojen käytöstä. Luolakatu 4:n asukkaat käyttävät häkkivarastoa usein ja kuivaushuonetta ja pyörävarastoa melko usein. Leikkipaikan käyttö oli todella vähäistä ja itse asiassa ovensuunkyselyn aikana eräs vastaaja kertoi leikkipaikan olevan ”surkeassa kunnossa”. Grillikatosta käytettiin vaihtelevasti, vain kolme vastaajaa ilmoitti, ettei käytä grillikatosta lainkaan.

**Taulukko 5.10** Kyselyn vastausten otossuureita Luolakatu 4:n asukkaiden yhteiskäyttötilojen käytöstä

Statistics		Pyörävarasto	Häkkivarasto	Talovarasto	Kuivaushuone	Leikkipaikka	Grillikatos
N	Valid	12	12	11	12	12	12
	Missing	0	0	1	0	0	0
Mean		3,33	4,17	2,45	3,17	1,25	2,33
Std. Deviation		1,435	1,030	1,293	1,337	,452	1,155
Variance		2,061	1,061	1,673	1,788	,205	1,333

Vain yksi vastaaja yhdestätoista Luolakatu 4:n asukkaista ilmoitti yhteiskäyttötilojen vaikuttaneen edes hieman nykyisen asunnon valintaan. Kuitenkin useampi vastaaja oli sitä mieltä, että yhteiskäyttötilat tulevat vaikuttamaan seuraavan asunnon valintaan, kun muutto tulee seuraavan kerran ajankohtaiseksi. Taulukossa 5.11 on esitetty tarkemmin väittämien vastausten tunnuslukuja. Vastaajat olivat pääosin sitä mieltä, että talossa ei ole hyvät yhteiskäyttötilat, eikä niiden nähty lisäävän asumisviihtyvyyttä merkittävästi. Itse asiassa yksikään vastaajista ei ollut täysin samaa mieltä väitteiden ”taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat” tai ”yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyvyyttä nykyisessä talossani” kanssa.

**Taulukko 5.11** Luolakatu 4:n asukkaiden vastausten otossuureita väittämistä

Statistics		Yhteiskäyttötilat vaikuttivat valintapäätökseen, kun valitsin nykyisen asuntoni	Yhteiskäyttötilat vaikuttavat seuraavan asunnon valintapäätökseen, kun harkitsin muuttoa	Taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat	Yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyvyyttä nykyisessä talossani
N	Valid	12	12	12	12
	Missing	0	0	0	0
Mean		1,33	2,17	2,17	2,25
Std. Deviation		,651	1,115	,937	,754
Variance		,424	1,242	,879	,568

Statistics		Olisin valmis maksamaan enemmän käyttövastiketta, jos yhteiskäyttötilat olisivat monipuolisemmat	Olisin valmis luopumaan joistain yhteiskäyttötiloista, jos käyttövastikkeenäni vähenisi edes hieman	Olisin valmis vaihtamaan asuntoni saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos talossa olisi sauna	Viihdyn nykyisessä talossani hyvin	Viihdyn nykyisessä asunnossani hyvin
N	Valid	12	12	12	12	12
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		1,75	2,33	1,83	3,08	3,25
Std. Deviation		,866	,985	1,115	,793	,622
Variance		,750	,970	1,242	,629	,386

Huolimatta siitä, että Luolakatu 4:ssä yhteiskäyttötilat eivät olleet kovin monipuoliset, vain kolme vastaajaa oli vähintään osittain samaa mieltä, että he voisivat maksaa enemmän käyttövastiketta, jos käytössä olisi monipuolisemmat yhteiskäyttötilat. Toisaalta vain hyvin harva vastaaja olisi valmis luopumaan olemassa olevista yhteiskäyttötiloista vähentääkseen käyttövastikkeen määrää. Luolakatu 4:n asukkaat viihtyvät ny-

kyisessä talossa ja asunnossaan pääosin hyvin. Vastaukset korreloivat voimakkaasti sillä peräti kahdeksan vastaajaa oli antanut täysin saman vastauksen talossa ja asunnossa viihtymiseen.

## 5.4 Tapausten vertailu ja yhdistely

Tapaustutkimuksen aineiston vertailu erilaisilla tilastollisilla testeillä on melko haastavaa, sillä esimerkiksi  $\chi^2$ -testin oletuksena on, että jos kahdella muuttujalla on kaksi luokkaa (Luolakatu 1 ja 4) niin havaintoja tulisi olla vähintään neljäkymmentä. Tässä tapauksessa on siis mahdotonta käyttää  $\chi^2$ -testiä, jonka avulla on helppo testata eri tekijöiden välistä riippuvuutta. (Leppälä, 2004, s. 22.) Sen sijaan ”tutkittaessa kvantitatiivisen muuttujan riippuvuutta kvalitatiivisesta muuttujasta, jolla on kaksi luokkaa, voidaan käyttää riippumattomien otosten t- testiä kahden populaation keskiarvojen yhtäsuuruuden testaamiseksi” (Leppälä, 2004, s. 25). T-testin vaatimuksena kuitenkin on, että voidaan olettaa populaation olevan normaalisti jakautunut, ja muuttujan on oltava vähintään välimatka-asteikollinen (Karjaluo, 2007; Ruohonen, 2008, s. 3). Karjaluodon (2007) mukaan tutkijat ovat eri mieltä voidaanko asteikollisissa mielipidekyselyissä soveltaa t-testiä. Vastaavanlaisen kyselytutkimuksen tuloksia t-testillä ovat analysoineet, ainakin Ng et al. (2008).

Tässä tapauksessa on mielenkiintoista tutkia kvantitatiivisten mielipiteiden eroja kvalitatiivisen muuttujan, eli asuntokohteen mukaan. Tässä yhteydessä ei esitetä myöskään t-testin laskentaa, vaan tyydytään laskemaan arvot käyttäen SPSS-ohjelmistoa. Karjaluodon (2007, s. 10) mukaan aineistosta, jossa on alle 50 vastausta, ei voida tehdä monimutkaista tilastollista analyysia. Karjaluo (2007, s. 23) jatkaa, että kun epäillään t-testin edellytysten olemassa oloa, tulisi käyttää Mann-Whitney U-testiä. Metsämuuronen (2006, s. 534) mukaan aineiston ollessa pieni, onkin luotettavaa tehdä analyysit käyttäen juuri U-testiä. Toisaalta ”mikäli otoskoko on kohtuullinen (>20), antaa t-testi kohtuullisen luotettavia tuloksia” (Metsämuuronen, 2006, s. 530).

Koska t-testin edellytykset eivät täyty selkeästi, on tapaustutkimuksen aineistoa tutkittu sekä t-, että U-testillä. Liitteenä seitsemän on taulukoitu tilojen käytön ja väittämien väliset erot t- ja U-testien tuloksina. Tässä yhteydessä ei esitetä myöskään U-testin periaatetta, vaan liitteessä on esitetty pelkästään testien tuloksien p-arvot, jotka kuvaavat riskitasoa, jolla nollahypoteesi ”vastausten keskiarvo ei eroa kohteen mukaan” voidaan hylätä. P-arvot ovat kaksipuoleisia, jolloin yksipuolisen testin tulokset olisivat puolikkaita esitetyistä p-arvoista. Tässä tutkimuksessa yleisenä riskitasona on käytetty yksipuolista 5 % riskirajaa. T- ja U-testien perusteella voidaan todeta, että yhteiskäyttöisten tilojen käytöllä ei ole tilastollisesti merkittävää eroa kohteiden välillä. Talovaraston käyttö on kuitenkin Luolakatu 4:ssä yleisempää, kuin Luolakatu 1:ssä, vaikka ero ei ole tilastollisesti merkittävä. Varastojen luonne erosi hieman kohteittain, sillä Luolakatu 4:n talovarastossa oli mahdollisuus säilöä myös henkilökohtaisia tavaroita. Liitteen seitse-

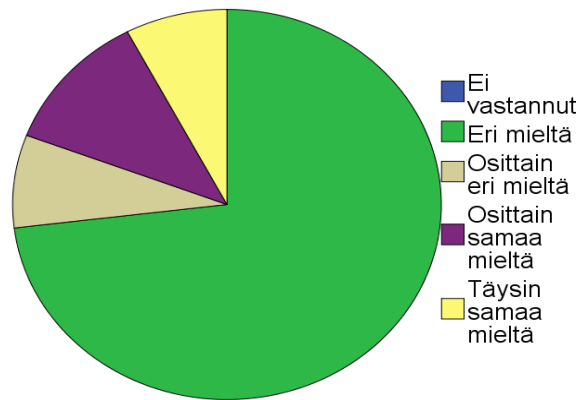
män taulukossa oleva Levenen testi kertoo voidaanko populaation varianssien olettaa olevan samoja. Levenen testin tulos vaikuttaa t-testin vastausten tulkintaan. (Leppälä, 2006, s. 26.) Tässä yhteydessä ei esitetä myöskään Levenen testin vaikutuksia tulosten tulkintaan, vaan tulokset on siirretty suoraan SPSS-ohjelmasta, joka kertoo automaattisesti tulokset huomioiden myös Levenen testin.

Luolakatu 4:n asukkaat ovat asuneet nykyisessä asunnossaan huomattavasti Luolakatu 1:n asukkaita pidempään. Verrattaessa vastaajien asuinaikoja Luolakatu 4:ssä 8,42 vuotta ja Luolakatu 1:ssä 3,93 vuotta voidaan todeta eron olevan suuri. Ero on myös tilastollisesti merkittävä, sillä nollahypoteesi ”asuinkohde ei vaikuta asumisaikaan” voidaan hylätä 0,7 % kaksipuolisella riskillä. Voidaan siis väittää 0,35 % riskillä, että Luolakatu 4:n asukkaat ovat asuneet kohteessa pidempään, eikä aineistossa ole tilastollista virhettä. Ainakin tapauskohteiden perusteella voidaan väittää, että hyvät yhteiskäyttötilat eivät vaikuta siihen, kuinka pitkään asukkaat asuvat samassa talossa. Tapausten perusteella näyttäisi myös, että vähäiset yhteiskäyttötilat ovat harvoin poismuuton syynä.

Kyselyssä esitettyihin väitteisiin vastaajien eroissa oli tilastollisesti merkittävät erot väitteissä ”taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat”, ”yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossani” ja ”olisin valmis luopumaan joistain yhteiskäyttötiloista, jos vastikkeenä vähenisi edes hieman”. Merkittävin ero on väitteessä ”taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat”, sillä t-testin kaksipuolinen riski on vain 0,001 ja U-testin 0,003. Luolakatu 1 yhteiskäyttötilojen rakennuttamista voidaan ainakin tämän tuloksen mukaan pitää onnistuneena, sillä asukkaat aidosti kokevat tilat hyviksi. Luolakatu 1:n yhteiskäyttötilat lisäävät myös asumisviihtyisyyttä ainakin suhteessa Luolakatu 4:ään enemmän, sillä vastausten keskiarvojen ero 2,86 ja 2,25 on tilastollisesti merkittävä 5 % yksipuolisella riskillä, sekä t-, että U- testin mukaan.

Yhteiskäyttötilojen rakennuttamisen problematiikka näkyy hyvin kyselyn vastauksissa. Luolakatu 1:n asukkaat pitävät yhteiskäyttötilojaan hyvinä ja kokevat, että ne lisäävät asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossa, silti valtaosa asukkaista olisi valmis luopumaan joistain yhteiskäyttötiloista, jos vastike vähenisi edes hieman. Ero Luolakatu 4:n on selvä ja myös tilastollisesti merkittävä. Merkittelevää on myös, että Luolakatu 4:n asukkaat eivät ole Luolakatu 1:n asukkaita useammin valmiita maksamaan enemmän vastiketta, saadakseen monipuolisemmat yhteiskäyttötilat.

Tapauskohteiden asukkaat eivät keskimäärin ole halukkaita luopumaan omasta saunasta saadakseen lisää asuintilaa huoneistoonsa. Kaikista 26 vastaajasta peräti 19 oli väitteen ”olisin valmis vaihtamaan asuntoni saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos taloyhtiössäni olisi sauna” kanssa eri mieltä. Kuvassa 5.1 on esitetty kaikkien vastausten jakauma.



**Kuva 5.1** Vastaukset väittämään "olisin valmis vaihtamaan asuntoni saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos taloyhtiössäni olisi yhteinen sauna"

Ne harvat vastaajat, jotka olivat valmiita luopumaan asuntokohtaisesta saunasta, olivat myös useammin valmiita maksamaan enemmän vastiketta, jos yhteiskäyttötilat olisivat monipuolisemmat. Väitteiden välinen korrelaatiokerroin oli melko korkea 0,398. Mahdollisesti nämä vastaajat, jotka ovat valmiita luopumaan omasta saunasta, ovat myös valmiita maksamaan taloyhtiön saunan käytöstä. Omasta saunasta oli kuitenkin valmis luopumaan vain erittäin harva vastaaja, joten saunattomien asuntojen myynti voi olla melko vaikeaa. Vuorelan ja Ahtiaisen (2010, s. 29) mukaan suomalaiset haluavat huomattavasti useammin omaan asuntoonsa saunan kuin taloyhtiöön yhteisen saunatilan. Tämä tutkimus tukee Vuorelan ja Ahtiaisen tuloksia (2010). Rakennuttajan päätettäväksi kuitenkin jää, kannattaako kuitenkaan jokaiseen asuntoon rakentaa omaa saunaa, sillä todennäköisesti aivan jokainen suomalainen omistusasuja ei halua maksaa tuhansia euroja mahdollisuudesta käyttää omaa saunaa.

Pearsonin korrelaatiokertoimella voidaan tutkia kahden vähintään intervalliasteikollisen muuttujan välistä riippuvuutta (Metsämuuronen, 2006, s. 358). Tämän tutkimuksen aineisto ei ole aivan intervalliasteikollista, vaan pelkästään järjestysasteikollista. Näin ollen korrelaatiokertoimen käyttö on hieman kyseenalaista. Korrelaatiokerroin voi saada arvoja miinus, ja plus yhden välillä. Nolla tarkoittaa, että tutkittavien muuttujien välillä ei ole lainkaan korrelaatiota (Metsämuuronen, 2006, s. 359). Metsämuuronen (2006, s. 360) mukaan yli 0,80 suuruinen korrelaatio on erittäin korkea, 0,60–0,80 korkea ja 0,40–0,60 melko korkea. Kaikkien taustatekijöiden ja väittämien muodostamasta korrelaatiomatriisista suurimpia korrelaatioita muodostavat luonnollisesti riippuvat tekijät, kuten talossa ja asunnossa viihtyminen, joiden välinen korrelaatio on 0,845. Nollahypoteesi, eli että talossa ja asunnossa viihtymisen välillä ei ole korrelaatiota voidaan hylätä, 100,0 % varmuudella.

Naisten ja miesten vastauksissa on todella paljon eroja, sillä yli kolmasosa naisvastaajista on asunut kohteessa yli kymmenen vuotta, kun taas miehistä yksikään ei ollut asunut kohteessaan kymmentä vuotta. Naisista 9/16 ilmoitti olevansa täysin samaa mieltä väit-

teen ”viihdyn nykyisessä asunnossani hyvin” kanssa, kun miehistä samaa mieltä oli vain yksi vastaaja yhdeksästä. Itse asiassa väitteeseen ”viihdyn nykyisessä talossani hyvin” täysin samaa mieltä olevien vastaukset jakautuivat täysin samoin. Vastausten jakautuminen on erikoista, sillä ALMA- kyselyyn vastanneista 516 naisesta 50,4 % viihtyi nykyisessä asunnossaan erittäin hyvin ja 235 miehestä erittäin hyvin viihtyi 52,8 %. ALMA- kyselyyn vastanneet miehet viihtyivät myös nykyisessä talossaan hieman naisia paremmin. Pelkästään kerrostaloissa asuvista ALMA- kyselyyn vastanneista miehistä omassa talossa erittäin hyvin viihtyi 34,7 % vastaajista, kun naisista erittäin hyvin viihtyi vain 27,5 %. Miehet viihtyvät syystä tai toisesta tapauskohteissa huomattavasti keskimääräistä huonommin.

Yhteiskäyttötilat vaikuttivat vain kolmen vastaajan asunnon valintaan, kun he valitsivat nykyisen asuntonsa. Väitteen ”yhteiskäyttötilat vaikuttivat valintapäätökseen, kun valitsin nykyisen asuntoni” kanssa vain yksi vastaaja 26:sta oli täysin samaa mieltä ja kaksi osittain samaa mieltä. Merkillepantavaa on kuitenkin, että edellinen väite ja väite ”yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossani” korreloivat keskenään. Väitteiden välinen korrelaatiokerroin on 0,55. Tämän aineiston perusteella tästä ei voida vetää johtopäätöksiä, mutta jos viihtyisät yhteiskäyttötilat vaikuttavat asunnon valintapäätökseen kanssa, on tämä hankekehittäjien kannalta erittäin merkittävä tieto.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kotlerin ja Kellerin (2009) mukaan yritysten kannattaa auttaa asiakkaita ymmärtämään, mikä luo heille arvoa. Yritysten kannattaisikin käyttää yhteiskäyttötiloja voimakkaammin viestinnässä, sillä ainakin tämän tapaustutkimuksen perusteella yhteiskäyttötilat parantavat asunnon käyttöarvoa, eli lisäävät asumisen asiakasarvoa. Yhteiskäyttötilojen muodostama arvo asukkaille on moniulotteinen. Tämän tutkimuksen perusteella vaikuttaa, että yhteiskäyttötilat lisäävät viihtymistä talossa, mutta ne eivät vaikuta ainakaan positiivisesti aikaan, jonka asukkaat kohteessa asuvat. Merkittävä osa tapaustutkimuksen vastaajista halusi myös vähentää joidenkin yhteiskäyttötilojen määrää, jos heidän vastikkeensa vähenisi edes hieman. Voidaan siis väittää, että ainakaan kaikki yhteiskäyttötilat eivät luo asukkaiden asumiseen riittävästi lisäarvoa, jotta niiden rakentaminen olisi kannattavaa. Luolakatu 4:n asukkaat eivät olleet halukkaita luopumaan olemassa olevista tiloista, jotka olivat pääasiassa varastoja. Tapauksen perusteella, vaikuttaakin, että ainakin yhteiset varastotilat ovat asukkaille aidosti arvokkaita ja niistä ollaan valmiita myös maksamaan.

Vaikuttaa, että mahdollisuus tiettyihin toimintoihin voi olla arvokasta, vaikka asukas ei niitä aktiivisesti käyttäisikään. Oma sauna voi olla asukkaalle arvokas, sillä hänellä on mahdollisuus rentoutua saunassa koska tahansa. Itse saunominen ei siis välttämättä ole arvokas, vaan mahdollisuus siihen. Jos pelkästään saunassa käyminen olisi asukkaalla arvokasta, yhteiskäyttöinen ja oma sauna olisivat asukkaille yhtä arvokkaita. Yhteiskäyttötiloja voidaan markkinoida samoin, kuin omaa saunaa, mahdollisuutena. Kerho- tai verstaatti antaa asukkaille mahdollisuuden harrastaa tiloissa jotain itselle mielekästä toimintaa, vaikka he eivät aktiivisesti tiloja käyttäisikään. Osto- tai valintapäätöksen hetkellä tällaiset mielikuvat voivat olla ratkaisevia.

Palataksemme tutkimuskysymyksiin:

1. Kuinka paljon asukkaat arvostavat yhteiskäyttötiloja?
  2. Kannattaako asuntorakentajan tai asuntoja vuokraavan yrityksen rakennuttaa yhteiskäyttötiloja?
  3. Kuinka yhteiskäyttötiloja voidaan hyödyntää asuntokohteiden markkinoinnissa?
- voidaan todeta, että asukkaat arvostavat yhteiskäyttötiloja, sillä ne lisäävät asumisviihtyisyyttä. Toisaalta yhteiskäyttötilat eivät vaikuta merkittävästi asunnon valintapäätökseen, ja tiloista ollaan usein valmiita luopumaan, jos asuinkustannukset vähenevät edes hieman. Yhteiskäyttötilat eivät näytä vaikuttavan myöskään aikaan, jonka asukkaat asuvat talossa. Tulokset eivät ainakaan indikoi, että yhteiskäyttötilojen rakennuttaminen

olisi automaattisesti hyvä investointi. Päinvastoin vaikuttaa, että yhteiskäyttötilojen rakennuttaminen ei välttämättä maksa edes itseään takaisin, vaan jäänee usein tappiolliseksi. Yhteiskäyttötilat ovatkin investointina eräänlainen markkinointi-investointi, sillä niitä ei voi suoraan myydä tai vuokrata kenellekään, mutta ne silti lisäävät asiakkaiden kokemaa asumisarvoa. Yhteiskäyttötilat voidaankin rinnastaa hyvään asiakaspalveluun.

Markkinoidessaan asuntokohdetta rakennuttaja voi perustellusti väittää, että yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä kohteessa, joka saattaa edesauttaa asuntojen myyntiä tai vuokraamista. Yhteiskäyttötiloja ei kuitenkaan kannata rakennuttaa ilman selkeää tavoitetta, kuinka niitä tullaan käyttämään hyväksi markkinoinnissa, koska kuluttajat eivät välttämättä ole halukkaita maksamaan yhteiskäyttötilojen luomasta arvosta asumiseen. Yhteiskäyttötilojen rakennuttamisen haasteena on asukkaiden mielipiteiden kuunteleminen. Markkinoinnin näkökulmasta arvoa pitäisi pystyä luomaan yhdessä, ja myös asuntorakentamisen puolella on havaittavissa merkkejä, että asukkaalla on entistä enemmän vaikutusmahdollisuuksia asunnon rakentamiseen. Yhteiskäyttötilojen yhdessä kehittäminen on vaikeampaa, sillä jo nimensä mukaan tilat ovat kaikkien yhteisiä. Rakennuttaja tuskin pystyy toteuttamaan jokaisen asukkaan toiveita, joten todennäköisesti on turvallisinta, että rakennuttaja päättää mitä yhteiskäyttötiloja rakennuttaa ja toimii näin markkinoinnin näkökulmasta vanhan, arvon jakamisen näkökulman mukaan. Tapauskohteenä oleva Asokodit näyttää myös toimivan tuotteidensa eli kiinteistöjen ei asiakkaidensa eli asukkaiden näkökulmasta, sillä ”yhtiön keskeisenä strategisena tavoitteena on kiinteistöjen pitkäjänteinen ja kannattava omistaminen ja hallinnointi kiinteässä yhteistyössä asukkaiden ja valittujen yhteistyökumppaneiden kanssa.” (Suomen Asumisoikeus Oy, 2011). Strategian keskiössä ovat siis kiinteistöt, vaikka asukkaat lauseessa mainitaankin.

Ympäristöministeriö (2011a) on kiitettävästi nostanut käyttäjälähtöisen rakentamisen tulevaisuuden tavoitteeksi. Nähtäväksi kuitenkin jää tarkoittaako käyttäjälähtöinen rakentaminen rakentamista, jossa rakennuttaja päättää mikä on asukkaalle parhaaksi, vai kuunnellaanko asiakasta aidosti ja kehitetään asumisratkaisuja, jotka ovat parhaita juuri hänelle. Ryhmärakennuttaminen ja erilaiset yhteisöllisen asumisen kohteet ovat ainakin esimerkkejä asiakaslähtöisestä rakentamisesta, kun itse asiakas toimii myös rakennuttajana. Ryhmärakennuttamisen mallia voisi yrittää soveltaa myös perinteiseen asuntorakentamiseen siirtäen grynderin vastuuta enemmän konsultointiin ja urakointiin. Hyvillä toimintamalleilla olisi varmasti mahdollista kehittää ratkaisuja, jotka loisivat asukkaalle oikeasti lisäarvoa asumiseen. Yritysten ratkaistavaksi jää, kuinka tämä mahdollinen luotu lisäarvo muutetaan tuottaviksi kassavirroiksi.

## 6.1 Kritiikki

Tutkimusta ei tule koskaan tehdä ilman itsekriittisyyttä. Tämänkin tutkielman tuloksia tulkitessa tulee huomioda ainakin, että tapauskohteiden vastausmäärät ovat melko pie-



niä. Tilastolliset analyysit vaativat usein suuremman vastaajajoukon, jotta tuloksia voidaan pitää luotettavina. Karjaluodon (2007) mukaan aineistosta, jossa on alle 50 otosta, ei edes voisi tehdä tilastollisesti monimutkaisia analyysyjä. Toisaalta Metsämuurosen (2006) mukaan t-testillä saadaan jo kohtalaisen luotettavia tuloksia, kun havaintoja on 20. Tämän tutkielman kannalta oleellista on kuitenkin huomata, että vaikka tapauskohteiden vastaajien määrä jäi melko vähäiseksi, on edustavuus vähintäänkin hyvä. Luolakatu 1:n vastausprosentti 70,0 % on erinomainen, eikä Luolakatu 4:n 57,1 %:kaan ole huono vastausprosentti. Tilastollisia analyysyjä laadittaessa suurin osa testeistä on laadittu kahta menetelmää käyttäen. Kaikissa t- ja U-testeissä tilastollisesti merkittävät eroavaisuudet olivat samoja molempia testejä käyttäen, jolloin tuloksia voidaan pitää luotettavampina, kuin vain yhtä testiä käytettäessä.

Kyselytutkimuksen tuloksia tulee katsoa kriittisesti. Lomakekyselyssä on ensinnäkin aina riskinä, että vastaajat eivät ole vastanneet rehellisesti ja osa ei välttämättä ole ymmärtänyt kysymyksiä oikein (Hirsjärvi et al. 2007, s. 190). Osa vastaajista on saattanut täyttää vastauslomakkeen nopeasti päästäkseen jatkamaan muita töitä (ainakin ovensuukyselyssä) ja osa vastaajista on voinut täyttää vastauslomakkeen muuten vain huolimattomasti. Mahdollisesta huolimattomuudesta kertoo Luolakatu 1:n vastaajien vastaaminen kysymykseen ylimääräisestä häkkivarastosta. Kysymys oli sijoitettu ensimmäisen sivun aivan alalaitaan (ks. liite 3) ja siihen vastasi vain seitsemän vastaajaa 14:sta. Kysymyksen asettelussa ei pitäisi olla tulkinnanvaraa, joten vastaajat eivät joko tiedä ovatko vuokranneet ylimääräisen häkkivaraston tai he ovat epähuomiossa ohittaneet sivun alalaidassa olleen kysymyksen.

Vastauslomakkeissa oli muutamia tyhjiä kohtia, joihin vastaajat eivät ole vastanneet. Osa vastaamatta jättämisistä voi johtua, että vastaajat eivät ole tiedäneet kuinka monta neliömetriä heidän asuntonsa on tai sitten he eivät ole syystä tai toisesta halunneet jakaa tietoa itsestään kuten ikää tai sukupuolta. Yhteistilojen käyttöä koskeviin kysymyksiin ja väittämiin vastaajat olivat vastanneet lähes aina. Muutama tyhjä vastaus saattoi johtua tietämättömyydestä tai vastaajilla ei mahdollisesti ollut mielipidettä väitteeseen. Tutkijana tein valinnan jättää ”ei mielipidettä” vaihtoehto pois väittämistä, jotta jokainen vastaaja joutuisi ottamaan kantaa kaikkiin väittämiin.

## 6.2 Jatkotutkimusaiheita

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia yhteiskäyttötilojen vaikutuksia asumiseen tapaustutkimuksen keinoin. Tutkimuksen aikana nousee yleensä, kuten tässäkin tapauksessa uusia aihioita, joita olisi mielenkiintoista selvittää lisää. Tapaustutkimuksen tuloksia ei voida yleistää, joten olisi ainakin mielenkiintoista tutkia ovatko tämän tutkimuksen tulokset yleistettävissä myös laajemmin. Muut mahdolliset jatkotutkimukset voivat liittyä asukaslähtöisen rakennuttamisen prosesseihin ja yhdessä luotuun asumisen asiakasarvoon.

## LÄHTEET

A. 10.9.1999/895. Maankäyttö- ja rakennusasetus.

Andresen, M. & Runge, U. 2002. Co-housing for Seniors Experienced as an Occupational Generative Environment. *Scandinavian Journal of Occupational Therapy*. Vol. 9(4). pp. 156–166

ARA, 2011. Suunnitteluopas. Keskeisiä tavoitteita valtion tukemien asuntojen suunnitteluun. 18 s.

ARA, 2012a. ARA esittäytyy. [WWW]. [viitattu 4.1.2012] Saatavissa: <http://www.ara.fi/default.asp?node=674&lan=fi>

ARA, 2012b. Asuntomarkkinakatsaus. [WWW]. [viitattu 4.1.2012] Saatavissa: <http://www.ara.fi/default.asp?node=1636&lan=fi>

Asokodit. 2011. Kotisivu. [WWW]. [viitattu 25.10.2011] Saatavissa: [www.asokodit.fi](http://www.asokodit.fi)

BMW. 2011. Build Your Own. [WWW]. [viitattu 17.11.2011] Saatavissa: <http://www.bmwusa.com/standard/content/byo/default.aspx>

Bughin, J., Doogan, J. & Vetvik, O. J. 2010. A New Way to Measure Word-of-Mouth Marketing. *McKinsey Quarterly*. Vol. 3(2). pp. 113–116.

Böckerman, P. 1999. Asuntokysyntä Suomessa. Poikkileikkaustarkastelu käyttäen varallisuustutkimusta 1994. Helsinki. Palkansääjien tutkimuslaitos. 20 s.

Chiesa, V., Frattini, F., Lazzarotti, V. & Manzini, R. 2009. Performance Measurement in R&D: Exploring the Interplay Between Measurement Objectives, Dimensions of Performance and Contextual Factors. *R&D Management*. Vol. 39(5). pp. 487–519.

Cravens, D. W., Greenley, G., Piercy, N. F. & Slater, S. 1997. Integrating Contemporary Strategic Management Perspectives. *Long Range Planning*. Vol. 30(4). pp. 493–506.

Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (edit.) 1994. *Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications. 643 p.

Durrett, C. 2009. *The Senior Cohousing Handbook*. 2<sup>nd</sup> edition. New Society Publishers. 301 p.

Ermisch, J. F., Findlay J. & Gibb, K. 1996. The Price Elasticity of Housing Demand in Britain: Issues of sample selection. *Journal of Housing Economics*. Vol. 24(5). pp. 64–86.

Eskolan kyläyhdistys. 2011. Kotisivu. [WWW]. [viitattu 12.9.2011] Saatavissa: <http://yritysrekisteri.keskipohjanmaa.net/Nayteikkuna.aspx?kpkcuid=5354627>

Flyvbjerg, B. 2006. Five Misunderstandings About Case-study Research. *Qualitative Inquiry*. Vol. 12(2). pp. 219–245.

Foddy, W. 1995. Constructing Questions for Interviews and Questionnaires. *Theory and Practice in Social Research*. 3<sup>rd</sup> edition. Cambridge. Cambridge University Press.

Groth, J. C. 1994. The Exclusive Value Principle – A Concept for Marketing. *The Journal of Product and Brand Management*. Vol. 3(3). pp. 8–18.

Grönroos, C. 2007. *Service Management and Marketing*. 3<sup>rd</sup> edition. Wiley. 483 p.

Gwinner, K. P., Gremler, D. D. & Bitner, M. J. 1998. Relational Benefits in Services Industries: The Customer's Perspective. Vol. 26(2). pp. 101–114.

Haahtela. 2011. Haahtela-hintaindeksi II/2011. Haahtela-kehitys Oy. 6 s.

Haverila, M. J., Uusi-Rauva, E., Kouri, I. & Miettinen A. 2005. *Teollisuustalous* 5. painos. Tampere. Infacs. 510 s.

Helsingin kaupunginvaltuusto. 2008. Päätökset 4/2008.

Helsingin kaupunginvaltuusto. 2011. Pöytäkirja 4/2011.

Helsingin kaupungin rakennusvalvontavirasto. 2011. Asuinkerrostalojen ja rivitalojen yhteistilat. Ohje.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. *Tutki ja kirjoita*. 13. painos. Helsinki, Tammi. 448 s.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki. Yliopistopaino. 213 s.

Hirvonen, J., Manninen, R. & Hakaste, H. 2005 *Asuntosuunnittelun ja -rakentamisen tila*. Ympäristöministeriö. Helsinki. 92 s.

Holstein, B. 2000. Teoksessa. Avlund, K., Dyrholm, I., Holstein, B., & Ingerslev, J. Forebyggelse og sundhedsfremme i alderdommen. Frederikshavn: Dafolo and Dansk gerontologisk selskab, 2000.

Huber, F., Herrmann, A. & Morgan, R.E. 2001, Gaining Competitive Advantage through Customer Value Oriented Management. The Journal of Consumer Marketing. Vol. 18(1). pp. 41–53.

Jarvis, H. 2011. Saving Space, Sharing Time: Integrated Infrastructures of Daily Life in Cohousing. Environment and Planning A. Vol. 43(1). pp. 560–577.

Joiner, B. L. 1994. Fourth Generation Management: The New Business Consciousness. McGraw-Hill. New York, NY.

Juntto, A. 2007. Suomalaisten asumistoiveet ja mahdollisuudet. Tulot ja kulutus 2007. Helsinki. Tilastokeskus. 153 s.

Kaitasuo, T. 2008. Ensiasunnon hankinta ja sen taustalla olevat arvot. Pro gradu tutkielma. Tampereen yliopisto. 84 s.

Kallunki, J-P & Kytönen, E. 2004. Uusi tilinpäätösanalyysi. 5. painos. Helsinki. Talentum. 272 s.

Kananen, J. & Tyvimaa, T. 2011. Asuintalojen yhteiskäyttötilat ja kotitalouspalveluiden käyttö - Asumista ja hyvinvointia tukevat alueelliset palvelumallit -hankkeen asukaskyselyn (2011) tuloksia. Tampere. Tampereen teknillinen yliopisto. Rakennustekniikan laitos. 54 s.

Karjaluo, H. 2007. SPSS opas markkinatutkijoille. Working paper N:o 344 / 2007. Jyväskylän yliopisto. [WWW]. [viitattu 7.9.2011] Saatavissa: <https://www.jyu.fi/jsbe/tutkimus/julkaisut/workingpaper/wp344>

Kasanen, E., Virtanen, K., Laine, J. & Matinpalo, I. 1993. Investointitapahtuma. Helsinki. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja D-185. 214 s.

Khalifa, A. S. 2004. Customer Value: a Review of Recent Literature and an Integrative Configuration. Management Decision. Vol. 42(5). pp. 645–666.

Kiinteistömaailma. 2011. Palveluhinnasto. [WWW]. [viitattu 7.9.2011] Saatavissa: <http://www.kiinteistomaailma.fi/web/10136/81>

Kinnunen, J., Laitinen, E.K. Laitinen, T. Leppiniemi, J. & Puttonen, V. 2007. Avain laskentatoimeen ja rahoitukseen. KY-Palvelu. 174 s.

Knüpfer, S. & Puttonen, V. 2009. Moderni rahoitus. Helsinki. WSOYPro. 244 s.

Kotler, P. & Keller, K. L. 2009. Marketing Management. 13<sup>th</sup> edition. Pearson One. 662 p.

Kukkonen, H., Kyttä, M., Alkula, R. & Uski, R. 1991. Eskolan kylätalo Yhteisöllisyyttä ja vanhusten omaehtoista arkielviytymistä tukeva asuinympäristö. Koerakennuksen loppuraportti. Otaniemi. Teknillinen korkeakoulu. 1991. 68 s.

Kuo, F.E., Bacaicoa, M. & Sullivan, W. C. 1998. Transforming Inner-city Landscapes: Trees Sense of Safety, and preference. Environment and Behavior. Vol. 30(1). pp. 28–59

Kurunmäki, K. 2007 s. 74 - 92. Teoksessa Laine, M., Bamberg, J. & Jokinen, P. 2007. Tapaustutkimuksen taito. Gaudeamus. 300 s.

Kweon, B-S., Sullivan, W. C & Wiley A. 1998. Green Common Spaces and the Social Integration of Inner-city Older Adults. Environment and behavior. Vol. 30(6). pp. 832–858

Kuoppa, J. & Mäntysalo, R. (toim). Kestävä yhdyskuntarakenne ja elinympäristö. Ympäristöklusterin neljännen ohjelmakauden tuloksia. Espoo. Aalto-yliopisto. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja. 92 s.

Kyllönen, E & Kurenniemi, M. 2003. Asunto ja elämänkaari. Katsaus asumisen laatua koskevaan tutkimukseen. Helsinki. Stakes. 71 s.

Kytö, H., Väliniemi-Laurson, J., & Tuotila, H. 2011. Hyvillä palveluilla laadukkaaseen asumiseen. Helsinki. Kuluttajatutkimuskeskus. 92 s.

L 23.9.1994/843. Asuntokauppalaki.

L. 22.12.2009/1599 Asunto-osakeyhtiölaki

L. 16.7.1990/650. Laki asumisoikeusasunnoista.

L 16.7.1990/649. Laki yhteishallinnosta vuokrataloissa.

L. 5.2.1999/132. Maankäyttö- ja rakennuslaki.

L. 21.7.2006/624. Osakeyhtiölaki.

L. 30.12.1992/1535. Tuloverolaki.

L. 29.11.1996/931. Varainsiirtoverolaki.

Laakso, S. & H. A. Loikkanen. 1993. Finnish Homes - Through Passages or Traps? Valtiontaloudellinen tutkimuskeskus, Keskustelualoitteita, 47.

Lai, V. S. & Trigeorgis, L. 1995. pp. 69–86. In: Trigeorgis, L. 1995. Real Options in Capital Investment. Praeger. 361 p.

Laine, M., Bamberg, J. & Jokinen, P. 2007. Tapaustutkimuksen taito. Gaudeamus. 300 s.

Laitinen, E. K. 1992. Yrityksen talouden mittarit. 2. painos. Jyväskylä. Weilin+Göös. 377 s.

Lee, E. S. 1996. A Theory of Migration. Demography. Vol. 3(1). pp. 47–57.

Leppälä, R. 2004. Ohjeita tilastollisen tutkimuksen toteuttamiseksi SPSS for Windows-ohjelmiston avulla. Opetusmoniste B53. 3. uudistettu painos. Matematiikan, tilastotieteen ja filosofian laitos. Tampereen yliopisto.

Loikkanen, H. A. 1991. Housing Demand and tenure Choice: Evidence from Finland. Valtiontaloudellinen tutkimuskeskus, Keskustelualoitteita, 11.

Lawton M. P. 1970. Planner's Notebook: Planning Environments for Older People. Journal of the American Planning Association, Vol. 36(2). pp. 124–129

Lyytikä, A. 1994. Kestävän kehityksen periaatteita asuntosuunnittelussa. Julkaisu 1994/11. Teknillinen korkeakoulu. Otaniemi.

Masnick, G., Will, A. & Baker, K. 2011. Housing Turnover by Older Owners: Implications for Home Improvement Spending as Baby Boomers Age into Retirement. Joint Center for Housing Studies. Harvard University. 30 p.

Metsämuuronen, J. 2006. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä 2. Opiskelijalaitos. 3. Uudistettu painos. Helsinki. International Methelp. 884 s.

MOT, Kielitoimiston sanakirja 2.0. 2012. [WWW]. [viitattu 9.1.2012]. Saatavissa: <http://mot.kielikone.fi/mot/ttkk/netmot.exe>

Motevasel, I. 2006. Senior Housing in Sweden – A Question of Class Differences and Collective Aging: An Interview Study in Rental apartments and Housing Cooperatives. *Journal of Housing for the Elderly*. Vol. 20(3). pp. 77–93.

Myers, D. & Ryu SH. Aging Baby Boomers and the Generational Housing Bubble. *Journal of the American Planning Association*. Vol. 74(1). pp. 17–33

Mäki-Fränti, P., Lahtinen, M., Pakarinen, S. & Esala, L. 2011. Alueellisten asunto-markkinoiden kehitys vuoteen 2013. Helsinki. Pellervon taloustutkimuskeskus PTT. 29 s.

Mölsä, S. 2008. VTT kumosi parissa viikossa TTY:n tutkimuksen. *Rakennuslehti*. [WWW]. [viitattu 7.9.2011] Saatavissa: <http://www.rakennuslehti.fi/uutiset/uutiset/15488.html>

Mölsä, S. 2011. Energiansäästö on lisännyt jo homeriskejä. [WWW]. [viitattu 28.11.2011]. Saatavissa: <http://www.rakennuslehti.fi/uutiset/energiatehokkuus/26745.html>

Neilimo, K. & Uusi-Rauva, E. 2009. Johdon laskentatoimi. Helsinki. Edita. 338 s.

Neuvottelutulos hallitusohjelmasta 17.6.2011. [WWW]. [viitattu 31.8.2011] 89 s. Saatavissa: [http://yle.fi/tvuutiset/uutiset/upics/liitetiedostot/hallitusohjelma\\_2011.pdf](http://yle.fi/tvuutiset/uutiset/upics/liitetiedostot/hallitusohjelma_2011.pdf)

Ng, S.T., Tang, Z. & Palaneeswaran E. 2009. Factors Contributing to the Success of Equipment-intensive Subcontractors in Construction. *International Journal of Project Management*. Vol. 27(7). pp. 736–744.

Opinmäki. 2011. Suurpellon sydän. Oppimisen iloa ja yhdessä tekemistä. [WWW]. [viitattu 12.9.2011]. Saatavissa: [www.opinmaki.fi](http://www.opinmaki.fi)

Pellinen, J. 2005. Talousjohtaminen. Helsinki. Talentum. 249 s.

Peltonen, T. 2007. Johtaminen ja organisointi. Teemoja, näkökulmia ja haasteita. KY-Palvelu. 223 s.

Penttilä, P. 1987. Kotiharrastusten tilantarve. Helsinki. Asuntohallitus, tutkimus- ja suunnitteluosasto. 23 s.

- Penttilä, P. 1989. Asuntojen yhteiset vapaa-ajan tilat. Helsinki. Asuntohallitus, tutkimus- ja suunnitteluosasto. 30 s.
- Peter, J. & Olson, J. 1996. Consumer Behaviour and Marketing Strategy. Chicago. Irwin Book Team.
- Pike, R. & Neale B. 2003. Corporate Finance and Investment. Decisions and Strategies. 4<sup>th</sup> edition. Pearson Education Limited. 883 p.
- Pitkänen, J. 2009. Asuinkerrostalojen rakentamisen ohjauksen kustannustarkasteluja. Helsinki. Helsingin kaupungin talous- ja suunnittelukeskus. 46 s.
- Porter, M. E. 1980. Competitive Strategy. New York. The Free Press. 396 p.
- Porter, M. E. 1985. Competitive Advantage. Suomentanut: Tillman, M. 1985. Kilpailu-etu. Espoo. Weilin+Göös. 648 s.
- Porter, M. E. 1996. What is Strategy?. Harvard Business Review. Vol. 74(6). pp. 61–78.
- Puolamäki, E. & Ruusunen, P. 2009. Strategiset investoinnit. Tietosanoma. 348 s.
- Pyykkönen, M. 2011. Toimitusjohtajan katsaus s. 7. Teoksessa. Suomen Asumisoikeus Oy. 2011. Vuosikertomus 2010. 19 s.
- Päivänen, J., Saarikoski, P. & Virrankoski, L. 2004. Elämäntoimintakortteli – Kohti sosiaalisesti kestävästä asumista ja kaupunkielämästä. Ympäristöministeriö. Helsinki. 67 s.
- Päivänen, J., Kohl, J., Manninen, R., Sairinen, R. & Kyttä M. 2005 Sosiaalisten vaikutusten arviointi kaavoituksessa. Avauksia sisältöön ja menetelmiin. Ympäristöministeriö. Helsinki. 88 s.
- Quigg, L. 1995, pp. 265–280. In: Trigeorgis, L. (edit) 1995. Real Options in Capital Investment. Praeger. 361 p.
- Rainio, R. 2011. Valtion tukemien asuntojen, erityisesti asumisoikeusasuntojen omistajuus, asukkaiden aseman turvaaminen ja heille tarkoitetun tuen ohjautuminen. Ympäristöministeriö. 30 s.
- Rantala, O. 1998. Asuntokysyntään vaikuttavat tekijät ja sen kehitys talouden pitkän ajan kasvu-uralla. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos, Keskusteluaiheita, 629.



Razmilic, E. B. 2010. Information-Driven Housing. How Information Can Change the Housing Market and drive Sustainability Through Consumer Demand. NeighborWorks America. 22 p.

Reynolds, T. J. & Phillips, C. 2005. In Search of True Brand Equity Metrics: All Market Share Ain't Created Equal. Journal of Advertising Research. Vol. 45(2). pp. 171–186.

Rinne, S. 1989. Negaatiovalintamalli ja sen vaikutus investointihyödykkeen tuotekehitystyöhön. Väitöskirja. Tampere. Tampereen teknillinen korkeakoulu. 95 s.

ROTI. 2011. Rakennetun omaisuuden tila. Helsinki. Suomen Rakennusinsinöörien Liitto RIL. 42 s.

Ryhmärakennuttamisen portaali. Ryhmärakennuttamisen etuja ajamaan on perustettu yhdistys. [WWW]. [viitattu 31.8.2011]. Saatavissa: [http://www.ryhmarakennuttaminen.fi/index.php?option=com\\_content&view=article&id=104:ryhmarakennuttamisen-etuja-ajamaan-on-perustettu-yhdistys&catid=463:ajankohtaista&Itemid=10](http://www.ryhmarakennuttaminen.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=104:ryhmarakennuttamisen-etuja-ajamaan-on-perustettu-yhdistys&catid=463:ajankohtaista&Itemid=10)

RT 04–10843. Investointilaskentamenetelmät. 2005. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 4 s.

RT 91–10430. Sauna 1. Perustietoa saunasta. 1990. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 12 s.

RT 93–10923. Asuntosuunnittelu. Yleistä 2008. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 11 s.

RT 93–10945. Asuntosuunnittelu. Säilytys 2009. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 4 s.

RT 93–10957. Asuntosuunnittelu. Yhteistilat. 2009. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 4 s.

RT 93–10961. Asuntosuunnittelu. Yhteiset ulkotilat. 2009. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 16 s.

Ruohonen, K. 2008. Tilastomatematiikka. Opintomoniste. Tampereen teknillinen yliopisto 87 s.

Ryöti, M. Karjalainen, R. & Aronen, M-A (toim). 2008. Laadukkaan asumisen Helsinki. Maankäytön ja asumisen toteutusohjelma 2008–2017. Helsinki. Helsingin kaupungin talous- ja suunnittelukeskus. 29 s.

Saari, A. 2004. Teoksessa. Rakennusteollisuus RT ry. Ympäristö- ja elinkaarimittarit. 2004. [WWW]. [viitattu 30.11.2011]. Saatavissa: <http://rem.e21.fi/files/files/REM%20esite%202004.pdf>

Saari, M. 2010. Miljoona muuttoa vuodessa. Hyvinvointikatsaus 3/2010. [WWW]. [viitattu 9.9.2011]. Saatavissa: [http://www.stat.fi/tup/hyvinvointikatsaus/hyka\\_2010\\_03.html](http://www.stat.fi/tup/hyvinvointikatsaus/hyka_2010_03.html)

Sato. 2010. Vuosikertomus. 100 s.

Sato. 2012. Asiakasedut. [WWW]. [viitattu 12.1.2012]. Saatavissa: <http://sato.fi/cps/sato/hs.xsl/-/html/42.htm>

Sato. 2011a. Kotisivu. [WWW]. [viitattu 9.11.2011]. Saatavissa: [www.sato.fi](http://www.sato.fi)

Sato. 2011b. Artikkel. [WWW]. [viitattu 8.12.2011]. Saatavissa: <http://www.kauppalehti.fi/5/i/yritykset/lehdisto/hellink/tiedote.jsp?selected=kaikki&oid=20111201/13228153162580>

Seidman, I. 2006. Interviewing as Qualitative Research: a Guide for Researchers in Education and the Social Sciences. 3<sup>rd</sup> edition. Teachers College Press. New York. 162 p.

Sheth, J. N. & Parvatiyar, A. 1995. The Evolution of Relationship Marketing. The International Business Review. Vol. 4(3). pp. 397–418.

Skanska, 2011. Homepage. [WWW]. [viitattu 9.11.2011]. Saatavissa: <http://skanska.co.uk/Homes/>

Stake, R. E. 1994 pp. 236–247. In: Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (edit.) 1994. Handbook of Qualitative Research. Sage Publications. 643 p.

Strandell, A. 2005. Asukasbarometri 2004. Asukaskysely suomalaisista asuinympäristöistä. Suomen ympäristö 746/2005. Ympäristöministeriö. 145 s.

Suomala, P., Manninen, O. & Lyly-Yrjänäinen, J. 2011. Laskentatoimi johtamisen tukena. Helsinki. Edita. 336 s.

Suomen Asumisoikeus Oy. 2011. Vuosikertomus 2010. 19 s.

Suomen Asumisoikeusasukkaat ry SASO. 2011. [WWW]. [viitattu 2.11.2011]. Saatavissa: <http://www.freewebs.com/sasory/>

Suomen asumisoikeusyhdistykset ry. 2011. [WWW]. [viitattu 25.10.2011]. Saatavissa: <http://www.asumisoikeus.fi>

Suomen pankki. 2011a. Suomen kotitalouksien euromääräiset lainat ja talletukset. [WWW]. [viitattu 26.10.2011]. Saatavissa: [http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/tase\\_ja\\_korko/2010/Pages/tilastot\\_rahalaitosten\\_lainat\\_talletukset\\_ja\\_korot\\_lainat\\_pt\\_kotitalouksien\\_lainat\\_ja\\_ta\\_8DA48CCE.aspx](http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/tase_ja_korko/2010/Pages/tilastot_rahalaitosten_lainat_talletukset_ja_korot_lainat_pt_kotitalouksien_lainat_ja_ta_8DA48CCE.aspx)

Suomen pankki. 2011b. Peruskoron muutokset vuodesta 1867. [WWW]. [viitattu 31.10.2011]. Saatavissa: [http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/korot/Pages/tilastot\\_markkina\\_ja\\_hallinnolliset\\_korot\\_peruskoron\\_muutokset\\_fi.aspx](http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/korot/Pages/tilastot_markkina_ja_hallinnolliset_korot_peruskoron_muutokset_fi.aspx)

Suomen rakentamismääräyskokoelma G1 Asuntosuunnittelu. 2005. Ympäristöministeriön asetus.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Ajankäyttötutkimus [verkkojulkaisu]. ISSN=1799-5639. Muutokset 1979 - 2009 2009, Liitetaulukko 1. 10–64-vuotiaiden ajankäyttö syksyllä 1979, 1987, 1999 ja 2009, miehet ja naiset yhteensä . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 12.10.2011].  
Saantitapa: [http://tilastokeskus.fi/til/akay/2009/02/akay\\_2009\\_02\\_2011-02-17\\_tau\\_001\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/akay/2009/02/akay_2009_02_2011-02-17_tau_001_fi.html).

Suomen virallinen tilasto (SVT): Ansiotasoindeksi [verkkojulkaisu]. ISSN=1796-3737. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 10.11.2011].  
Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/ati/tau.html>.

Suomen virallinen tilasto (SVTa): Asunnot ja asuinolot [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-6745. Yleiskatsaus 2010, 1. Asuntokanta 2010 . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 26.10.2011].  
Saantitapa: [http://www.stat.fi/til/asas/2010/01/asas\\_2010\\_01\\_2011-10-20\\_kat\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/asas/2010/01/asas_2010_01_2011-10-20_kat_001_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVTb): Asunnot ja asuinolot [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-6745. Yleiskatsaus 2010, 2. Asuntokunnat ja asuinolot 2010 . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 26.10.2011].  
Saantitapa: [http://www.stat.fi/til/asas/2010/01/asas\\_2010\\_01\\_2011-10-20\\_kat\\_002\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/asas/2010/01/asas_2010_01_2011-10-20_kat_002_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT): Asuntojen hinnat [verkkojulkaisu]. ISSN=1797-3880. 1. vuosineljännes 2011, Liitetaulukko 6. Vanhojen asunto-osakekauppojen kauppasummat (milj. euro) ja kauppojen lukumäärät 2009-2010 . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 13.9.2011].  
Saantitapa: [http://tilastokeskus.fi/til/ashi/2011/01/ashi\\_2011\\_01\\_2011-04-28\\_tau\\_006\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/ashi/2011/01/ashi_2011_01_2011-04-28_tau_006_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT): Asuntojen hinnat [verkkojulkaisu]. ISSN=1797-3880. 2. vuosineljännes 2011, Liitekuvio 5. Vanhojen kerrostalojen reaalihintaindeksi 1970=100 . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 27.9.2011].  
Saantitapa: [http://www.tilastokeskus.fi/til/ashi/2011/02/ashi\\_2011\\_02\\_2011-07-29\\_kuv\\_005\\_fi.html](http://www.tilastokeskus.fi/til/ashi/2011/02/ashi_2011_02_2011-07-29_kuv_005_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT): Kotitalouksien kulutus [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-3533. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 27.10.2011].  
Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/ktutk/index.html>.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Kuluttajahintaindeksi [verkkojulkaisu]. ISSN=1796-3524. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 10.11.2011].  
Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/khi/tau.html>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Pääomakanta [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-3797. 2009. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 26.10.2011].  
Saantitapa: [http://www.stat.fi/til/pka/2009/pka\\_2009\\_2011-01-28\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/pka/2009/pka_2009_2011-01-28_tie_001_fi.html).

Suomen virallinen tilasto (SVT): Rakennukset ja kesämökit [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-677X. 2010, Liitetaulukko 2. Rakennukset käyttötarkoituksen mukaan vuosiina 1980-2010 . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 27.10.2011].  
Saantitapa: [http://www.stat.fi/til/rakke/2010/rakke\\_2010\\_2011-05-26\\_tau\\_002\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/rakke/2010/rakke_2010_2011-05-26_tau_002_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT): Rakennus- ja asuntotuotanto [verkkojulkaisu]. ISSN=1796-3257. kesäkuu 2011, Liitetaulukko 3. Myönnettyt rakennusluvut asunnoille (kpl). Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 1.9.2011].  
Saantitapa: [http://www.stat.fi/til/ras/2011/06/ras\\_2011\\_06\\_2011-08-30\\_tau\\_003\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/ras/2011/06/ras_2011_06_2011-08-30_tau_003_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkojulkaisu]. ISSN=1799-3504. 2008, Verkkokauppa tuoteryhmittäin keväällä 2008, prosenttia kaikista ostajista, jotka tehneet verkkohankintoja . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 12.9.2011].  
Saantitapa: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2008/sutivi\\_2008\\_2008-08-25\\_kuv\\_002.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_kuv_002.html).

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkojulkaisu]. ISSN=1799-3504. 2010. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 12.9.2011]. Saantitapa: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi\\_2010\\_2010-10-26\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_tie_001_fi.html).

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestöennuste [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-5137. 2009, Väestö ikäryhmittäin koko maa 1900 - 2060 (vuodet 2010–2060: ennuste) . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 13.9.2011]. Saantitapa: [http://www.stat.fi/til/vaenn/2009/vaenn\\_2009\\_2009-09-30\\_tau\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/vaenn/2009/vaenn_2009_2009-09-30_tau_001_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestörakenne [verkkojulkaisu]. ISSN=1797–5379. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 27.10.2011]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/vaerak/tau.html>.

Suurpelto. 2011. Palvelueteiset. [WWW]. [viitattu 12.9.2011]. Saatavissa: <http://www.suurpelto.fi/asuminen/palvelueteiset.html>

Säteri, H. 2005. Esipuhe teoksessa: Hirvonen, J., Manninen, R. & Hakaste, H. Asunto-suunnittelun ja -rakentamisen tila. Ympäristöministeriö. Helsinki. 2005. 92 s.  
Teisberg, E. O. 1995. pp. 31–46. In: Trigeorgis, L. (edit) 1995. Real Options in Capital Investment. Praeger. 361 p.

Thompson, H. 1998. What Do Your Customers Really Want? Journal of Business Strategy. Vol. 19(4). pp. 17–21.

Tikkanen H., Aspara, J. & Parvinen, P. 2007. Strategisen markkinoinnin perusteet. Helsinki. Talentum. 187 s.

TNS Gallup. 2010. Asunnon osto- ja myyntiprosessitutkimus 2010. [WWW]. [viitattu 2.9.2011]. Saatavissa: [http://www.kvkl.fi/files/Asunnon%20osto-%20ja%20myyntiprosessitutkimus%202010\\_KVKL%20t%e4rkeimm%e4t%20diat.pptx.pdf](http://www.kvkl.fi/files/Asunnon%20osto-%20ja%20myyntiprosessitutkimus%202010_KVKL%20t%e4rkeimm%e4t%20diat.pptx.pdf)

TOAS. 2011. [WWW]. [viitattu 26.10.2011]. Saatavissa: [www.toas.fi](http://www.toas.fi)

Tommila, E. 2011. Saunoja seitsemän polvea. Suomen saunaseura ry. [WWW]. [viitattu 2.9.2011]. Saatavissa: <http://www.sauna.fi/142.html>

Trigeorgis, L. 1995. Real Options in Capital Investment. Praeger. 361 p.

Tuorila, H. 2011. Ikääntyvien tee se itse hoivapalvelut mahdollisuus vai uhka?. Kuluttajatutkimuskeskus. 41 s.

Tyvimaa T. 2011. Social and Physical Environments in Senior Communities: the Finnish Experience. *International Journal of Housing Markets and Analysis*. Vol. 4(3) pp. 197–209.

Tyvimaa, T. & Gibler, K. 2010. Senior Housing Operations in Finland. *Senior Housing and Care Journal*. Vol. 18(1). pp. 77–90.

Tyvimaa, T. & Gibler, K. 2011. Pull Factors Attracting Residents to Finnish Senior Houses. *International Real Estate Review*. Forthcoming.

Tyvimaa, T. & Kemp, C.L. 2011. Finnish Seniors' Move to Senior house: Examining the Push and Pull Factors. *Journal of Housing for the Elderly*. Vol. 25(1). pp. 50–71.

Vaattovaara, M. & Kortteinen, M. 2009 ss. 9–38. Teoksessa. Vaattovaara, M., Kortteinen, M. & Ratvio, M. (toim). Miten kehittää lähiötä? – tapaustutkimus Riihimäen Peltoosaaresta, metropolin laidalta. *Suomen Ympäristö 46/2009 Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus ARA*. Helsinki. 94 s.

Valtiovarainministeriö. 2011a. Arvonlisäverotus. [WWW]. [viitattu 13.10.2011]. Saatavissa: [http://www.vm.fi/vm/fi/10\\_verotus/04\\_arvonlisaverotus/index.jsp](http://www.vm.fi/vm/fi/10_verotus/04_arvonlisaverotus/index.jsp)

Valtiovarainministeriö. 2011b. Valtion tilinpäätöskertomus 2010. Osat I ja II. Valtiovarainministeriön julkaisuja 19a/2011.

Valtiovarainministeriö. 2011b. Valtion tilinpäätöskertomus 2010. Osa III Tilinpäätöslaskelmat. Valtiovarainministeriön julkaisuja 19a/2011.

Verohallinto, 2011. Henkilöverotuksen käsikirja 2011. Verovuosi. 2010. Verohallinnon julkaisu 43.11. Edita. 879 s.

Verohallinto, 2012. Henkilöverotuksen lakimuutoksia vuodelle 2012. [WWW]. [viitattu 12.1.2012]. Saatavissa: [http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat\\_veroohjeet/Ennakkoperinta/Henkiloverotuksen\\_lakimuutoksia\\_vuodelle\(19551\)](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Ennakkoperinta/Henkiloverotuksen_lakimuutoksia_vuodelle(19551))

Vilkas. 2012. Verkkokauppaindeksi. [WWW]. [viitattu 2.1.2012]. Saatavissa: <http://www.vilkas.fi/Verkkokauppaindeksi>

Visanti, M. 2004. Rakentamismääräyksien ja normien vaikutuksia kaupunkisuunnittelussa. *RY Rakennettu ympäristö 1/2004*. s. 39–41

VNp 1203/1999. Yleishyödyllisten asuntoyhteisöjen tuoton tuloutuksesta.

Vuorela, P & Ahtiainen, K. 2010. Suomen Asumisoikeusyhdistys ry. Kartoitustutkimus 2010. Kokonaistulokset. [WWW]. [viitattu 25.10.2011]. Saatavissa: <http://www.asumisoikeus.fi/attachements/2010-11-29T07-09-0838.pdf>

VVO. 2010. Vuosikatsaus. 26 s.

Välikangas, K. 2006. Kuntien toiminta ikääntyneiden kotona asumisen ja palvelujen kehittämisessä. Helsinki. Edita Prima. 97 s.

Woodruff, R. B. 1997. Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 25(2). pp. 139–153.

Ympäristöministeriö. 2011a. Ympäristöministeriön hallinnonalan keskeiset tavoitteet ja tehtävät vuosina 2012–2015. Helsinki. Ympäristöministeriö. 40 s.

Ympäristöministeriö, 2011b. Osaomistusasuminen. [WWW]. [viitattu 1.12.2011]. Saatavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=222&lan=fi>

Yin, R. K. 2009. Case Study Research. Design and Methods. 4th Edition. Thousand Oaks, CA. SAGE Publications. 219 p.

YIT, 2011. Kotisivu. [WWW]. [viitattu 9.11.2011]. Saatavissa: [www.yit.fi](http://www.yit.fi)

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä. 2011. [WWW]. [viitattu 1.12.2011]. Saatavissa: <http://www.ytj.fi/yritystiedot.aspx?yavain=634567&kielikoodi=1&tarkiste=3C5849EDD65A3A41B2FE793EF824EF8853E16ED9&path=1547;1631;1678>

Zeithaml, V. A. 1988. Consumer Perception of Price, quality and Value: a Means-end Model and Synthesis of Evidence. Journal of Marketing. Vol. 52(3). pp. 2–22.

## LIITE 1: TALOTOIMIKUNTIEN PUHEENJOHTAJI- EN HAASTATTELUT

### Luolakatu 1 – talotoimikunnan puheenjohtaja Janne Laine

...

Haastattelija: tosiaan väestönsuojassa on pienimuotoinen kuntosali  
Luolakatu 1:n talotoimikunnan puheenjohtaja Janne Laine: Kuntosali joo

...

Laine: Ei sinuu varmaan häkkivarastot kiinnosta tai tälleen?

Haastattelija: Voisin vilkaista ihan, että minkä näköistä

...

Laine: Perushäkkivarasto

...

Haastattelija: Siitä pääsee ulos

Laine: Tässä on ylimääräisiä koppeja, tämä rivi

Haastattelija: Onko talon tavaroita?

Laine: ei kun, näitä on vuokrattu sitten asukkaille nimelliseen hintaan, neljä koppia ja 20 asuntoa, joten ei niitä kovin montaa ole

Laine: Askarteluhuone

...

Haastattelija: ihan siistissä kunnossa

...

Laine: Täällä nyt on maalailtu

...

Laine: ja lattiaan on teipattu alue, johon voi jättää romuja. Täällä on suuria tavaroita, jotka ei mahdu häkkeihin.

...

Laine: Tässä on vaunuvarasto, urheiluvälinevarasto

...

Haastattelija: Vaunut ja tollaset vie kummasti tilaa asunnosta

...

Laine: Kerhuhuone tää ei ole yleensä auki, yksi asukas pitää synttärijuhlat ens viikonloppuna, hän on sisustanut tätä vähän. Tää on yleensä sanotaan kokouskäytössä.

////

Haastattelija: Onko teillä tässä talon tai talotoimikunnan yhteisiä tapahtumia, vai voiko asukkaat itse järjestää tapahtumia tässä?

Laine: Asukkaat itsekin voi järjestää talkoiden jälkeen tässä syödään, tässä kokoustetaan aina. Luolakatu 4 pitää asukaskokoukset tässä.

...

Laine: talotoimikunnan jäsenillä kaikilla on aivan tähän

...

Laine: Pyörävarasto

Haastattelija: Mitä teillä oli 20 asuntoa?

Laine: 20 asuntoa

Haastattelija: On kyllä pyörävarastolla sitten kokoa ihan kivasti



...

Laine: Emännän vessa, jos on hätä ja on pihallakin

Haastattelija: aivan

...

Laine: Kuivaushuone, kuivain on, voi pyykkiä kuivata, ei tarvii asunnossa kuivata kaikkea vaan voi isommat tuoda tänne

Haastattelija: Joo hyvän kokoinen on tämäkin

...

Laine: Talovarasto, tässä on työkaluja ja kaikkea.

...

Laine: tärpätit ja kaikki, joulukuusikin on.

...

Haastattelija: onkos tuossa pihalla jotain?

Laine: etupiha on periaatteessa pelkkää parkkipaikkaa, takapihalla on lasten leikkipaikka, hiekkalaatikko

Haastattelija: Onko jätekatos etupihalla?

Laine: se on etupihalla

Laine: pyykinkuivausteline

Laine: täällä on grillikatos

Haastattelija: aaa ei pimeällä näkynytkään

Haastattelija: Teillä on varmaan harvinaisen hyvinkin näitä?

Laine: Joo luulisin ainakin

Haastattelija: OK, enköhän minä pärjää tällä.

#### **Luolakatu 4 – talotoimikunnan puheenjohtaja**

Luolakatu 4 talotoimikunnan puheenjohtaja Paula Saarenmaa: Tuolta oven takaa löytyy loput häkkivarastot

...

Saarenmaa: tässä on ensimmäinen pyörävarasto

Haastattelija: joo tästä pääsee ulos

Saarenmaa: joo tästä pääsee pihalle

...

Haastattelija: Pihassa on leikkipaikat ja grillikatos

Saarenmaa: joo kyllä

...

Saarenmaa: Täällä näin on toinen pyörävarasto

Haastattelija: Pikkusempi

Saarenmaa: Joo tämä on pikkunen joo, vähän on ahdasta

...

Saarenmaa: kuivaushuone

Haastattelija: tämä on hyväkokoinen

Saarenmaa: joo kiva ittekin tuoda isompia lakanoita ja muita

...

Saarenmaa: Sitten löytyy tää kolmaskin häkkivarasto, ja kaikki asukkaat voi noita autonrenkaita säilyttää

Haastattelija: joo tässä on niin kuin talovarasto

Saarenmaa: Joo kyllä talon lumikolat ja muut

....

Saarenmaa: Muita tiloja tässä ei ole

## LIITE 2: ILMOITUS KYSELYISTÄ

Arvoisa Luolakatu 1:n asukas,

Teen opinnäytetyötä Tampereen teknillisen yliopiston Asumisen liiketoiminnan tutkimusryhmässä yhteiskäyttötilojen vaikutuksesta asumiseen. Tulen tekemään talossanne ovensuukyselyn tiistaina 23.11.2011 kello 17.00 – 19.00.. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5 minuuttia. Jos ette ole kyselyn aikana kotona, jaan Teille saman kyselyn postiluukusta ja voitte palauttaa sen maksutta palautuskuoressa. Vastaukset käsitellään täysin anonyymisti ja luottamuksellisesti. Tutkimustuloksista tullaan julkaisemaan raportti kevään 2012 aikana. Raportti on ladattavissa osoitteesta [www.asli.fi](http://www.asli.fi)

Asokodit on mukana rahoittamassa tutkimushanketta ja heiltä on pyydetty lupa tämän kyselyn toteuttamiseksi.

Ystävällisin terveisin,  
**Juha Kananen**  
 puh: 040-563 50 24  
[juha.kananen@tut.fi](mailto:juha.kananen@tut.fi)  
[www.asli.fi](http://www.asli.fi)

**ASLI**

● ASUMISEN ● LIIKETOIMINNAN ● TUTKIMUSRYHMÄ

Arvoisa Luolakatu 4:n asukas,

Teen opinnäytetyötä Tampereen teknillisen yliopiston Asumisen liiketoiminnan tutkimusryhmässä yhteiskäyttötilojen vaikutuksesta asumiseen. Tulen tekemään talossanne ovensuukyselyn tiistaina 22.11.2011 kello 17.00 – 19.00.. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5 minuuttia. Jos ette ole kyselyn aikana kotona, jaan Teille saman kyselyn postiluukusta ja voitte palauttaa sen maksutta palautuskuoressa. Vastaukset käsitellään täysin anonyymisti ja luottamuksellisesti. Tutkimustuloksista tullaan julkaisemaan raportti kevään 2012 aikana. Raportti on ladattavissa osoitteesta [www.asli.fi](http://www.asli.fi)

Asokodit on mukana rahoittamassa tutkimushanketta ja heiltä on pyydetty lupa tämän kyselyn toteuttamiseksi.

Ystävällisin terveisin,  
**Juha Kananen**  
 puh: 040-563 50 24  
[juha.kananen@tut.fi](mailto:juha.kananen@tut.fi)  
[www.asli.fi](http://www.asli.fi)

**ASLI**

● ASUMISEN ● LIIKETOIMINNAN ● TUTKIMUSRYHMÄ

## LIITE 3: KYSELYLOMAKE LUOLAKATU 1

### Selvitän ensin hieman taustatekijöitä:

Kuinka kauan olet asunut nykyisessä asunnossasi? \_\_\_\_\_ vuotta

Nykyisen asunnon neliömäärä: \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>

Taloudessa asuu \_\_\_\_\_ henkilöä,

joista \_\_\_\_\_ on alle 18-vuotiaita

Vastaajan ikä \_\_\_\_\_ -vuotta

Sukupuoli (ympyröi):    mies    /    nainen

Yhteiskäyttötilat ovat taloyhtiön asukkaiden yhteisessä käytössä olevia tiloja. Yhtiössänne yhteiskäyttötiloja ovat kerhohuone, askarteluhuone, väestönsuojan kuntosali, pyörävarasto, vaunuvarasto, häkkivarastot, talovarasto, kuivaushuone, alakerran WC, leikkipaikka, ja grillikatos.

Kuinka usein käytät seuraavia yhteiskäyttötiloja (ympyröi vastauksesi, vain yksi per kohta)?

5= jatkuvasti, 4= usein, 3= joskus, 2= harvoin, 1= en koskaan:

<b>Kerhohuone</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Askarteluhuone</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Väestönsuojan kuntosali</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Pyörävarasto</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Vaunuvarasto</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Häkkivarasto</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Talovarasto</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Kuivaushuone</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Alakerran WC</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Leikkipaikka</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Grillikatos</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Olen vuokrannut ylimääräisen häkkivaraston yhtiöltä (ympyröi vastauksesi):

kyllä    /    ei

Vastaa seuraaviin väittämiin ympyröimällä vastauksesi seuraavan neliportaisen asteikon mukaan (vain yksi vastaus per väite), jossa

4= Täysin samaa mieltä, 3= Osittain samaa mieltä, 2 = Osittain eri mieltä, 1= Eri mieltä

**Yhteiskäyttötilat vaikuttivat asunnon valintapäätökseen, kun muutin nykyiseen asuntooni:**

4      3      2      1

**Yhteiskäyttötilat vaikuttavat seuraavan asunnon valintapäätökseen, kun harkitsen muuttoa:**

4      3      2      1

**Taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat:**

4      3      2      1

**Yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossani:**

4      3      2      1

**Olin valmis maksamaan enemmän käyttövastiketta, jos yhteiskäyttötilat olisivat monipuolisemmat:**

4      3      2      1

**Olin valmis luopumaan joistain yhteiskäyttötiloista, jos käyttövastikkeeni vähenisi edes hieman:**

4      3      2      1

**Olin valmis vaihtamaan asuntooni saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos talossa olisi talosauna:**

4      3      2      1

**Viihdyn nykyisessä talossani hyvin:**

4      3      2      1

**Viihdyn nykyisessä asunnossani hyvin:**

4      3      2      1

**Kiitos vastauksestasi!!**

## LIITE 4: KYSELYLOMAKE LUOLAKATU 4

### Selvitän ensi hieman taustatekijöitä:

Kuinka kauan olet asunut nykyisessä asunnossasi? \_\_\_\_\_ vuotta

Nykyisen asunnon neliömäärä: \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>

Taloudessa asuu \_\_\_\_\_ henkilöä,

joista \_\_\_\_\_ on alle 18-vuotiaita

Vastaajan ikä \_\_\_\_\_ -vuotta

Sukupuoli (ympyröi):    mies    /    nainen

Yhteiskäyttötilat ovat taloyhtiön asukkaiden yhteisessä käytössä olevia tiloja. Yhtiössänne yhteiskäyttötiloja ovat pyörävarastot, häkkivarastot, talovarasto häkkivaraston aulassa, kuivaushuone, leikkipaikka, ja grillikatos.

Kuinka usein käytät seuraavia yhteiskäyttötiloja (ympyröi vastauksesi, vain yksi per kohta)?

5= jatkuvasti, 4= usein, 3= joskus, 2= harvoin, 1= en koskaan:

<b>Pyörävarastot</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Häkkivarasto</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Talovarasto (häkkien yhteydessä)</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Kuivaushuone</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Leikkipaikka</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Grillikatos</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Vastaa seuraaviin väittämiin ympyröimällä vastauksesi seuraavan neliportaisen asteikon mukaan (vain yksi vastaus per väite), jossa

4= Täysin samaa mieltä, 3= Osittain samaa mieltä, 2 = Osittain eri mieltä, 1= Eri mieltä

**Yhteiskäyttötilat vaikuttivat asunnon valintapäätökseen, kun muutin nykyiseen asuntooni:**

4      3      2      1

**Yhteiskäyttötilat vaikuttavat seuraavan asunnon valintapäätökseen, kun harkitsen muuttoa:**

4      3      2      1

**Taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat:**

4      3      2      1

**Yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossani:**

4      3      2      1

**Olin valmis maksamaan enemmän käyttövastiketta, jos yhteiskäyttötilat olisivat monipuolisemmat:**

4      3      2      1

**Olin valmis luopumaan joistain yhteiskäyttötiloista, jos käyttövastikkeeni vähenisi edes hieman:**

4      3      2      1

**Olin valmis vaihtamaan asuntoni saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos talossa olisi talosauna:**

4      3      2      1

**Viihdyn nykyisessä talossani hyvin:**

4      3      2      1

**Viihdyn nykyisessä asunnossani hyvin:**

4      3      2      1

**Kiitos vastauksestasi!!**

## LIITE 5: KYSELYN SAATE

Arvoisa Luolakatu 1:n asukas,

Teen opinnäytetyötä Tampereen teknillisen yliopiston Asumisen liiketoiminnan tutkimusryhmässä yhteiskäyttötilojen vaikutuksesta asumiseen. Toivon, että kotitaloudessanne asuva taloudenhoidosta vastaava henkilö voisi vastata lomakkeen kysymyksiin ja palauttaa vastaukset postiin oheisessa palautuskuoressa viimeistään 4.12.2012. Vastaukset käsitellään täysin anonyymisti ja luottamuksellisesti. Tutkimustuloksista tullaan julkaisemaan raportti kevään 2012 aikana. Raportti on ladattavissa osoitteesta [www.asli.fi](http://www.asli.fi)

Asokodit on mukana rahoittamassa tutkimushanketta ja heiltä on pyydetty lupa tämän kyselyn toteuttamiseksi.

Ystävällisin terveisin,  
**Juha Kananen**  
 puh: 040-563 50 24  
[juha.kananen@tut.fi](mailto:juha.kananen@tut.fi)  
[www.asli.fi](http://www.asli.fi)

**ASLI**

● ASUMISEN ● LIIKETOIMINNAN ● TUTKIMUSRYHMÄ

Arvoisa Luolakatu 4:n asukas,

Teen opinnäytetyötä Tampereen teknillisen yliopiston Asumisen liiketoiminnan tutkimusryhmässä yhteiskäyttötilojen vaikutuksesta asumiseen. Toivon, että kotitaloudessanne asuva taloudenhoidosta vastaava henkilö voisi vastata lomakkeen kysymyksiin ja palauttaa vastaukset postiin oheisessa palautuskuoressa viimeistään 4.12.2011. Vastaukset käsitellään täysin anonyymisti ja luottamuksellisesti. Tutkimustuloksista tullaan julkaisemaan raportti kevään 2012 aikana. Raportti on ladattavissa osoitteesta [www.asli.fi](http://www.asli.fi)

Asokodit on mukana rahoittamassa tutkimushanketta ja heiltä on pyydetty lupa tämän kyselyn toteuttamiseksi.

Ystävällisin terveisin,  
**Juha Kananen**  
 puh: 040-563 50 24  
[juha.kananen@tut.fi](mailto:juha.kananen@tut.fi)  
[www.asli.fi](http://www.asli.fi)

**ASLI**

● ASUMISEN ● LIIKETOIMINNAN ● TUTKIMUSRYHMÄ

## LIITE 6: ARVOLUPAUKSIA

**Asokotien arvolupaus on riskitön ja turvallinen asumismuoto (Asokodit, 2011):**

Asumisoikeusjärjestelmä  
pähkinäkuoressa



Asokoti on **riskitön** ja **turvallinen** asumismuoto

Maksat **vain 15%** asunnon hinnasta ja  
kuukausittaisen käyttövastikkeen

**Ei jälleenmyyntiriskiä** eikä sitoutumista  
**suureen pankkilainaan**

Ei varallisuusrajoja **yli 55-vuotiaille**

Ei tulo rajoja

**YIT auttaa toteuttamaan asumisen unelman (YIT, 2011):**

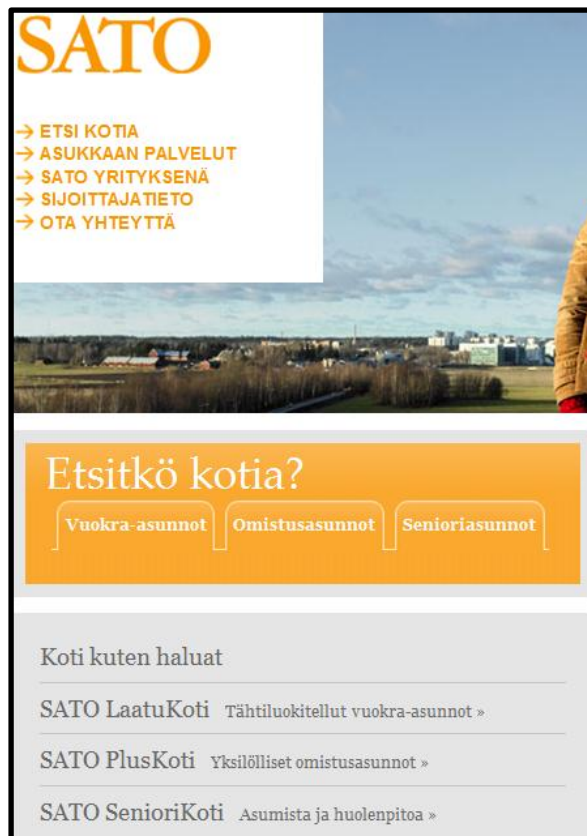
**YIT Koti**

Tutustu uusiin YIT Koteihin ja loma-asuntoihin.  
Autamme sinua toteuttamaan asumisen  
unelmasi!

- Asuntohaku
- Asuntomyynnit
- Loma-asunnot



**Sato tarjoaa sellaista kotia kuin haluat (Sato, 2011b):**



**SATO**

- ETSI KOTIA
- ASUKKAAN PALVELUT
- SATO YRITYKSENÄ
- SIJOITTAJATIETO
- OTA YHTEYTTÄ

**Etsitkö kotia?**

Vuokra-asunnot Omistusasunnot Senioriasunnot

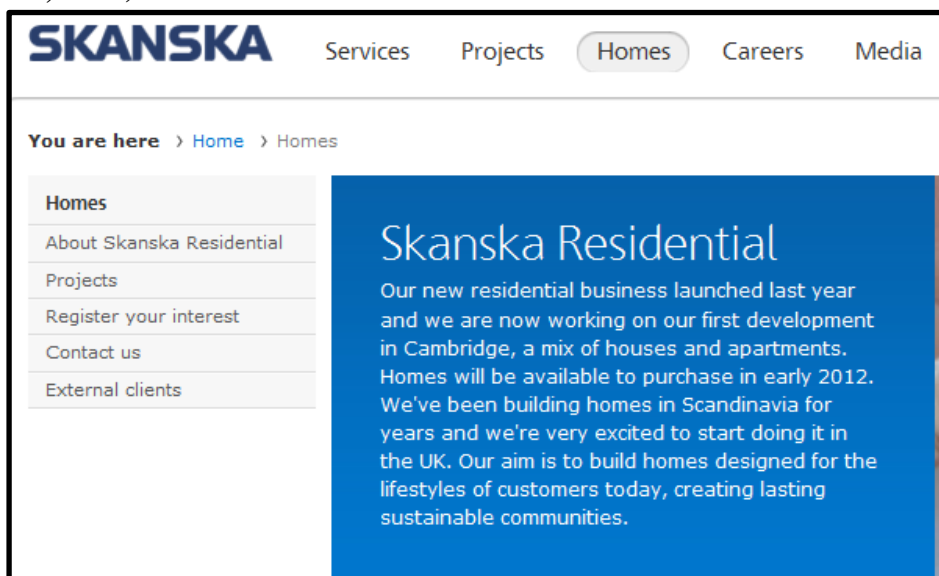
Koti kuten haluat

SATO LaatuKoti Tähtiluokitellut vuokra-asunnot »

SATO PlusKoti Yksilölliset omistusasunnot »

SATO SenioriKoti Asumista ja huolenpitoa »

**SKANSKA rakentaa Iso-Britanniaan koteja, jotka on suunniteltu vastaamaan nykyajan asukkaan elämäntapaa ja jotka muodostavat kestäviä yhdyskuntia (Skanska, 2011) :**



**SKANSKA** Services Projects **Homes** Careers Media

You are here > Home > Homes

**Homes**

- About Skanska Residential
- Projects
- Register your interest
- Contact us
- External clients

**Skanska Residential**

Our new residential business launched last year and we are now working on our first development in Cambridge, a mix of houses and apartments. Homes will be available to purchase in early 2012. We've been building homes in Scandinavia for years and we're very excited to start doing it in the UK. Our aim is to build homes designed for the lifestyles of customers today, creating lasting sustainable communities.

## LIITE 7: T- JA U- TESTIEN TULOKSIA

	Luolakatu 1		Luolakatu 4					
	ka.	keski-hajonta	ka.	keski-hajonta	ka. Erotus	Samat varianssit (Levenen testi)	t-testin p-arvo	U-testin p-arvo
Pyörävarasto	3,07	1,141	3,33	1,435	-0,26	Kyllä	<b>0,609</b>	<b>0,667</b>
Häkkivarasto	4,00	1,177	4,17	1,030	-0,17	Kyllä	<b>0,707</b>	<b>0,781</b>
Talovarasto	1,79	1,122	2,45	1,293	-0,66	Kyllä	<b>0,180</b>	<b>0,166</b>
Kuivaushuone	2,64	1,550	3,17	1,337	-0,53	Kyllä	<b>0,370</b>	<b>0,347</b>
Leikki paikka	1,36	0,497	1,25	0,452	0,11	Kyllä	<b>0,573</b>	<b>0,667</b>
Grillikatos	2,00	1,038	2,33	1,155	-0,33	Kyllä	<b>0,446</b>	<b>0,494</b>
Yhteiskäyttötilat vaikuttivat valintapäätökseen, kun valitsin nykyisen asuntoni	1,57	0,938	1,33	0,651	0,24	Kyllä	<b>0,467</b>	<b>0,631</b>
Yhteiskäyttötilat vaikuttavat seuraavan asunnon valintapäätökseen, kun harkitsen muuttoa	2,07	0,917	2,17	1,115	-0,10	Kyllä	<b>0,813</b>	<b>0,940</b>
Taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat	3,36	0,633	2,17	0,937	1,19	Ei	<b>0,001</b>	<b>0,003</b>
Yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossani	2,86	0,864	2,25	0,754	0,61	Kyllä	<b>0,071</b>	<b>0,095</b>
Olisin valmis maksamaan enemmän käyttövastiketta, jos yhteiskäyttötilat olisivat monipuolisemmat	1,62	1,121	1,75	0,866	-0,13	Kyllä	<b>0,741</b>	<b>0,538</b>
Olisin valmis luopumaan joistain yhteiskäyttötiloista, jos käyttövastikeeni vähenisi edes hieman	3,29	0,994	2,33	0,985	0,96	Kyllä	<b>0,022</b>	<b>0,031</b>
Olisin valmis vaihtamaan asuntoni saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos taloyhtiössäni olisi sauna	1,29	0,825	1,83	1,115	-0,54	Ei	<b>0,176</b>	<b>0,252</b>
Viihdyn nykyisessä talossani hyvin	3,36	0,842	3,08	0,793	0,28	Kyllä	<b>0,404</b>	<b>0,347</b>
Viihdyn nykyisessä asunnossani hyvin	3,29	0,914	3,25	0,622	0,04	Kyllä	<b>0,910</b>	<b>0,667</b>